

SEMANA económica

SEMANAeconomica.com

Lima, 6 de octubre del 2024 | Año XXXIX | No 1932 | Precio S/30

ESPECIAL Transición Energética

Los números, nuevos jugadores y tendencias de un cambio de matriz que empieza a acelerar en el Perú



EXCLUSIVO

Las cuentas de Niubiz

El otrora líder indiscutible del mercado ve cómo su negocio sigue reduciéndose, mientras un complejo gobierno corporativo le resta margen de maniobra. La venta de su unidad masiva, VendeMás, sería la primera válvula de escape. (p. 10)



VOLVO

EX

FULL ELECTRIC

Cero emisiones y máximo confort
era de la movilidad



Desde **USD 39,9**



Autonomía eléctrica de hasta 480 km.



De desechos a decoración: interior y exterior fabricado con material reciclado.



Pantalla de 12,3" con Google integrado.



Potencia - 272 HP.
Aceleración 0-100 km/h en 5.3 s.

*Imágenes referenciales. Equipamiento varía según versión, TCR 5/ 3.80. Al momento de la publicación. EX30 Core E40 MY2024. Precio válido hasta el 31 de octubre de 2024 o hasta agotar el stock.

L V O

30

E C T R I C

rendimiento en la nueva
movilidad.



Principales características:

Cámara de retroceso 360°.



Sistema de frenado autónomo.



City Safety con detección a ciclistas.



Equipo de sonido Harman Kardon
con 9 parlantes.



Asientos tapizados en textil
reciclado.



Sunroof panorámico fijo.



Reconocimientos:



Volvo EX30
World Urban Car



reddot winner 2024
best of the best car design

90 0 S/ 151,962

ento de la transacción se aplicará el tipo de cambio del día. Precio corresponde a
tar stock. Para más información visita <https://volvoautos.pe/promociones/venta/>

Evento

El *management* de la IA

¿Cómo hacer un mejor uso de la Inteligencia Artificial?

10 OCTUBRE | **8:30 AM** | Auditorio del BBVA

Participan:



Alex Le Bienvenu

Director of Data & Artificial
Intelligence de Microsoft Latin America



Diego Bassante

Líder de Asuntos Regulatorios
y Gubernamentales de IBM
América Latina



Mónica Nureña

Head of Data Strategy &
Data Portfolio Management
de BBVA en Perú



Elena Paredes

Gerente de Data & Analytics
de Pacífico Seguros



Martin Kann

Socio Director
en Insider Perú



Carlos Ramos

Gerente de Innovación
de Neo Consulting



SE Índice

6 de octubre del 2024 | Año XXXIX | No SE 1932

LA VOZ DE SE El papelón de los congresistas en la presentación del presidente del BCR ratifica las razones del descrédito en que está sumido el Parlamento 6

VOCES Y OPINIONES Mariana Costa Checa, cofundadora de Laboratoria+ 9

SE DESTACA Nubiz, otrora líder indiscutible del mercado, ve amenazado su negocio, mientras un tortuoso gobierno corporativo le resta margen de maniobra 10

SE DESTACA El debate en torno al sistema previsional no ha terminado. En el Congreso ya hay propuestas de cambios a la reforma que acaba de aprobarse 12



ESPECIAL Los números, nuevos jugadores y tendencias del cambio de matriz energética que empieza a acelerar en el Perú 13

Sectores y Empresas

STARTUPS La nueva ola del venture capital 34

DEALS Se extiende la negociación 35

INMOBILIARIO Riesgo a la vista 35

SERVICIOS Resguardo empresarial 36

COMERCIO Thomas: "El próximo mes entraremos a la categoría de ventiladores" 36

CONSUMO MASIVO Crecimiento energético 37

INDUSTRIA Foco en Incimmet 37

Economía y Finanzas

EXCLUSIVO La primera movida de Caja Los Andes 40

MERCADO DE VALORES Nuam: "La integración de bolsas es necesaria, pero no suficiente" 41

PAPELES & VALORES Alicorp 42

POLÍTICA MONETARIA Aferrados a los swaps 42

Management

COMUNICACIÓN DIGITAL Los CEO se acercan a TikTok 43

ESTRATEGIA Inversiones femeninas 44

GESTIÓN DE TALENTO La nueva aliada de la gestión de personas 44

Legal y Política

INSEGURIDAD Un saludo a la bandera 45

TRIBUTARIO Un estímulo para los APA 46

POLÍTICA ¿Y dónde está la presidenta? 46



CARLOS ZAVALA es el nuevo vicepresidente senior y gerente general de Visa para la Región Andina. Anteriormente, ejerció como vicepresidente de Banca Retail en Scotiabank Colombia.



DAVID LARA asumió como country manager de Sangfor Technologies Perú. Venía desempeñándose como gerente de Distribución y Canales de Venta de Hillstone Networks Latinoamérica.



ERIC REY DE CASTRO regresó a la gerencia general de RE Propiedades. A la par, se mantendrá como presidente de la misma empresa.



CARLOS FLORES TRELLES, hasta ahora Chief Information Officer (CIO) de América Televisión, es el nuevo gerente de Tecnología de la Información de TCP Perú.



ALEXANDER ALCOCER GAMARRA asumió como gerente de Operaciones de V&V Bravo Constructora. Previamente, ejerció como gerente de Obras Civiles y Edificaciones de Cosapi.



EDUARDO MARENGO asumió como vicepresidente senior de la división Marina y Aviación de Gallagher Reaseguros Perú. Antes se desempeñó como experto en Suscripción Transportes en Mapfre Global Risks España.



FERNANDA GIAMBERINI es la nueva VP Global de Gestión Humana del holding gastronómico MCK. Venía ejerciendo como gerente de Talento y Gestión Estratégica de Centria.



Número 1932

Lima, 6 de octubre del 2024

DIRECTOR Y GERENTE DE CONTENIDOS / Diego Chirinos Cane

EDITORES / Juan Rosales Arenas y Jaime Cordero

EDITOR WEB / Iván Álvarez

ANALISTA SENIOR / Marco Alva Pino, Alessandra Saavedra U., Junior Martí

ANALISTAS / Albo Naupac O., Jonathan Terranova V., Marisol Alvarado Bolívar, Claudia Gutiérrez Coveñas, Edward Alarcón

ASISTENTE DE REDACCIÓN / Tamara Oyeda Tamayo

COMMUNITY MANAGER / Diana Yong

EDITORIA GRÁFICA / Martha Rodríguez Salazar

DISEÑO E INFOGRAFÍA / André Bedregal, Rubén Morales

FOTOGRAFÍA / Julio Cobana

COORDINADOR AUDIOVISUAL / Juan Carlo Llantahuaman

REALIZADOR AUDIOVISUAL / Isidro Bernal Sánchez

GERENTE GENERAL / Carlos de la Riva

CHIEF REVENUE OFFICER / Ernesto Ferrer

JEFE DE CONTENT LAB / Eduardo Prado Estrella

JEFE DE MARKETING DIGITAL / Luis José Malloquín Lévano

EDITORA DE NUEVOS PRODUCTOS / Jenny Varillas Paz

EDITOR DE ARTE / Rafael Torres MQ

ANALISTA DEL CONTENT LAB / Daniela Navarro

JEFE DE CALL CENTER / Martín Bringsas

JEFE DE ADMINISTRACIÓN, TESORERÍA Y CONTABILIDAD / Rosmary de la Torre

PUBLICIDAD / Graciela Escobar, Ana Reyes, Maki Pérez

WEB TRAFFICKER / Mario Popovich

TELEMARKETING / Silvana Pulido, Beatriz Díaz, Marcos González

ADMINISTRACIÓN / Isela Vidallon, Peggy Yamashita, Victoria Altamirano

DISEÑO / Circle (Londres)

FOTOS INTERIORES / Getty Images, iStock, Andina, Presidencia



OFICINA DE REDACCIÓN / Av. Caravel y Moneyra 340 Piso 13, Lima 27, Perú

TELÉFONO / 265-0600

FAX / 444-5240

IMPRESIÓN / Editorial Supergráfica EIRL

Av. Manuel Tellería Viqueña 105 Urb. Chacra Ríos Norte, Lima

DEPÓSITO LEGAL / 150805-95-0204

RUC / 2026060887

©Perú Económico S.A. Derechos reservados

GRUPO HABITAT LE DA LA BIENVENIDA A PRUDENTIAL SAF

Cumple tus metas con los fondos
mutuos de **Prudential SAF**
respaldada por Prudential, una de
las compañías financieras líderes
en el mundo con:

Casi 150 años de trayectoria

Más de 50 millones de clientes



Conoce más en:

www.prudentialsaf.com.pe



Prudential SAF

 **HABITAT**

IGNORANCIA VIRAL

El mal rato que pasó el presidente del BCR, Julio Velarde, en la Comisión de Presupuesto ratifica lo poco que ofrece un Congreso que nos sale cada vez más caro a todos los peruanos.

El Congreso no necesita seguir acumulando motivos para justificar su mala imagen. A estas alturas, hablamos de la institución estatal más repudiada del país, con índices de desaprobación que rozan el 95%. Y, sin embargo, los congresistas siguen aprovechando cada oportunidad que se les presenta para continuar cavando el foso de su desprestigio, con una dedicación que ya quisiéramos que destinen a otros menesteres.

La última semana nos dejó varios episodios que refuerzan la idea de que el rechazo unánime que genera el Legislativo fue ganado a pulso. Pero quizás el que grafica mejor la paupérrima calidad del actual Parlamento se dio el pasado miércoles, cuando el presidente del Banco Central de Reserva (BCR), Julio Velarde, se presentó en la Comisión de Presupuesto.

El guión en este tipo de presentaciones es ampliamente conocido. Ante la presencia de un personaje de alto perfil, nunca faltan los congresistas que intentan anotarse cinco segundos de fama recurriendo al ataque artero, la pregunta con doble sentido o la simple proclama demagógica. A veces es todo junto, como pudo constatar Velarde, cuando el legislador Wilson Quispe inició, con una alusión gratuita a su salario, una pregunta que nada tenía que ver con sus funciones en el BCR. Las preguntas que llegaron luego estuvieron lejos de ser mejores. Así el flamante invitado se vio obligado a convertir su presentación en una exposición sobre los alcances del mandato del BCR.

La escena fue ridícula y deprimente por partes iguales. Sin embargo, más allá de la

anécdota —y del mal rato que tuvo que pasar uno de los funcionarios públicos más reconocidos y mejor valorados del país—, el episodio realmente debería preocuparnos.

Dejemos de lado la renovada constatación de que nuestros legisladores carecen de sentido del ridículo. Lo realmente penoso es confirmar el nulo nivel de preparación de

los integrantes de una comisión tan importante como la de Presupuesto. Nadie pide que domi-

nen a detalle los aspectos técnicos. Lo que se espera de ellos es una mínima documentación que les permita formular preguntas pertinentes.

Para ello, los parlamentarios del país cuentan, además, con recursos y todo tipo de asesores. Si a Quispe y sus colegas les fastidia el sueldo de Julio Velarde, es importante decirles que ellos nos cuestan mucho más.

El presupuesto del Congreso se ha incrementado de manera sostenida en el último tiempo. Este año está por encima de

los \$1,000 millones, lo que lo convierte en uno de los parlamentos más caros de la región, sólo por debajo de Argentina, México y Brasil.

A simple vista, las cuentas no cuadran. Pagamos demasiado por un Congreso que nos devuelve muy poco. Y eso no debería darnos risa. Más bien, debería llevarnos a plantear alternativas que incentiven a los partidos políticos a mejorar la calidad de la oferta que nos presentarán en las próximas elecciones generales del 2026. Pero de esa discusión seguro no tendremos noticias. Quizás sólo valga la pena reírse para evitar caer en la desesperanza. ■



A simple vista, las cuentas no cuadran. Pagamos demasiado por un Congreso que nos devuelve muy poco. Y eso no debería darnos risa.



CADE Ejecutivos 2024 presentará propuestas para alcanzar una visión conjunta entre empresarios y sociedad civil, que señale claramente cómo salir de la situación actual:

- **Reconstruir** el Estado: Salud, Educación, Seguridad y Justicia para todos.
- **Accionar** reformas políticas e institucionales: Integridad, Meritocracia y Eficacia.
- **Retomar** el crecimiento económico y la inclusión de manera sostenible.

CON LA PARTICIPACIÓN DE DESTACADOS EXPOSITORES

Andrés Cadena Colombia

Socio Senior de
McKinsey & Company



Gladys Echaiz

Congresista de la
República del Perú



José Antonio García Belaunde

Embajador y exministro
de Relaciones Exteriores



Midori de Habich

Miembro del comité
de salud de IPAE
Acción Empresarial



Francisco Longo España

Profesor del Centro
de Gobernanza
Pública de Esade



TECSUP campus AREQUIPA
Urb. Monterrey D-8,
José Luis Bustamante y Rivero

SEDE

"SÉ PARTE DEL FORO EMPRESARIAL
MÁS IMPORTANTE DEL PAÍS"

MÁS
Información

www.cadeejecutivos.com / cadeejecutivos@ipae.pe / 644 0552

IPAE
ACCIÓN EMPRESARIAL

AUSPICIADORES

PLATINO



ORO



PLATA



COLABORADORES



CON EL APOYO DE



MEIOS ALIADOS

PROMOTORES



AUSPICIADORES



COLABORADORES



Qué Pasó



1 DESACELERACIÓN. En septiembre, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) de Lima Metropolitana disminuyó 0.24%, por debajo del consenso del mercado (+0.08), debido a la reducción de precios de alimentos, informó el INEI. Con el resultado, la tasa de inflación anual retrocedió a 1.78%, su nivel más bajo desde octubre del 2020. La inflación subyacente no reportó variación, con lo cual pasó de 2.8% a 2.6% y marcó su menor nivel en tres años. Algunos bancos estiman que han crecido las probabilidades de que el BCR recorte su tasa clave en 25 puntos básicos este mes.

2 CONFIANZA. En septiembre, la mayoría de los indicadores de expectativas empresariales y de situación actual se mantuvieron en el tramo optimista, pero reportaron un menor ritmo de recuperación respecto a agosto, según la última encuesta del BCR. Las expectativas de la economía a 3 meses se mantuvieron en 52 puntos, acumulando cuatro meses consecutivos en el tramo optimista; mientras que las expectativas a 12 meses retrocedieron a 57 unidades. Las expectativas de contratación de personal a 3 meses se ubicaron en 54 puntos, el nivel más alto en ocho años.

3 DECISIÓN. El exministro de Economía y Finanzas, Waldo Mendoza, renunció al Consejo Fiscal para dedicarse plenamente a su labor como vicerrector académico de la PUCP. Mientras estuvo en el Consejo, Mendoza cuestionó la gestión fiscal del gobierno de Dina Boluarte, al poner énfasis en la debilidad del Ministerio de

Economía y Finanzas (MEF) para defender sus fueros frente a las decisiones del Congreso que, según él, podrían afectar gravemente las finanzas públicas.

4 SANCIÓN. El Ejecutivo suspendió de sus funciones por 365 días y sin goce de haber a Rafael Muelle Schwarz, presidente del Osiptel.

La decisión de suspenderlo fue tomada por el primer ministro Gustavo Adriansén, a raíz de un proceso disciplinario en el que Muelle fue investigado por usar recursos públicos en beneficio propio. En el 2022, solicitó cursar un programa académico de alta dirección, incluidos gastos de viaje a España, por un monto de 5/57,250. Muelle anunció que apelará la decisión ante el Tribunal de Servir y denunció irregularidades en el proceso, acusando al primer ministro Adriansén de tener una "probada animadversión" en su contra.

5 REMOCIÓN. El abogado Víctor Mejía Ninacóndor fue designado como nuevo jefe de la Sunat, en reemplazo de Gerardo López, quien permaneció menos de siete meses en el cargo. El titular del MEF, José Arista, destacó que, si bien Gerardo López cumplió con revitalizar la entidad para el cumplimiento de sus funciones en materia tributaria, el cambio responde a que ahora requiere un liderazgo con habilidades complementarias para continuar con la integración digital entre la Sunat y el Tribunal Fiscal. Además, mencionó la urgencia de implementar los reglamentos derivados de los decretos legislativos aprobados recientemente por el Ejecutivo.



Voces y Opiniones

COLUMNISTA INVITADA

A las madres de hijos chicos

Pocas cosas me parecen tan admirables como que las mujeres sigamos apostando por nuestras carreras, mientras navegamos el remolino de aprender a ser madres.

Mariana Costa Checa

Cofundadora de Laboratorio+



Por años, los temas de crianza han tenido poco espacio en los entornos laborales

SOBRE LA AUTORA

Mariana es cofundadora de Laboratorio+, desde donde impulsa el crecimiento de más mujeres hacia roles de liderazgo en América Latina. Es también miembro de Esi Hoy. Antes lideró Laboratorio, donde trabajó a abrirle camino a la diversidad e inclusión en el sector tech. Es bachiller en Relaciones Internacionales de London School of Economics (Reino Unido) y máster en Administración Pública de Columbia University (Estados Unidos).

Pronto mi hija menor cumplirá tres años. Si bien aún no vemos la luz —como suelo decir, mientras río—, mi esposo y yo nos acercamos al cierre de la etapa de ser padres de bebés. Con Herman, tenemos tres hijos bastante seguidos en edad. Eso quiere decir que vamos ocho años de pañales, malas noches, enfermedades infantiles, llantos intensos y falta de tiempo para tantas cosas que nos gustan. Por supuesto, también han sido años maravillosos, llenos de amor, de ternura y de goce absoluto, al ver a nuestros hijos descubrir el mundo y crecer. No cambiaría por nada mi vida con estos tres niños, pero, a pesar de esa certeza, no dejo de estar cansada.

Si bien esta es una columna “profesional”, escribo sobre maternidad porque pocas cosas me parecen tan admirables como que las mujeres sigamos apostando por nuestras carreras, mientras navegamos el remolino de traer bebés al mundo. La memoria es sabia y suele recordar con nostalgia lo especial de estos años. Pero quiero hablar también sobre lo desafiante

que es criar hijos chicos para no perder empatía con las que pasan por este momento, cuando yo ya haya salido de él. Hoy, mirando mi propia maternidad con más perspectiva y aprendiendo de las mujeres de la comunidad

de Laboratorio+, no dejo de admirar cómo sobrellevamos lo que esto implica.

Estamos las que vivimos náuseas profundas en el embarazo. Las que sufrimos de dolor en la lactancia. Las que nos hemos sacado leche en aviones, entre reuniones y hasta manejado (¡mi expertise!). También las que viajamos por trabajo seguido, las que hemos tenido a nuestros hijos hospitalizados, las que tienen un hijo con alguna necesidad especial y el mundo que eso implica.

Está, por otro lado, el aprender a vivir con el miedo de que algo le pase a nuestros bebés y el dolor de aquellas a quienes les toca vivirlo. Están las que hacen malabares para cuidar y trabajar, cuando

no hay una red de apoyo cerca. Las que no tienen flexibilidad laboral y llegan a casa para encontrar a sus bebés dormidos. Las que crían sin pareja.

Cada maternidad es distinta. Sin embargo, me atrevo a decir que todas las madres coincidimos en algo: esta es inmensamente difícil. Por muchos años, los temas de crianza han tenido poco espacio en los entornos laborales porque las mujeres, que de primera mano vivimos desde el embarazo lo desafiante de la experiencia, hemos sido minoría.

Hoy, con la excepción de algunas industrias y espacios de liderazgo, ya no lo somos. Aun así, la cultura laboral no siempre abre espacio para reconocer el tamaño del desafío.

La maternidad no se trata de un espacio privado que deba permanecer oculto, pretendiendo que nada cambie tras volver de la licencia. Ahora tenemos de fiel compañera a la culpa: la de no estar tan presentes para nuestros hijos y la de sentir que no podemos darlo todo en el trabajo. Creería que la mayoría de mujeres nos hemos sentido descolocadas en nuestras carreras, durante la etapa de aprender a ser madres. Pero, si tantas pasamos por lo mismo, ¿por qué a la vez nos sentimos tan solas?

Pienso que es, en parte, porque no le damos espacio a la conversación de crianza en nuestras vidas profesionales. No pretendo que el mundo laboral se pause tras nuestra maternidad. Lo que creo es que es importante poner la conversación sobre la mesa.

Es importante ser más reales respecto a las implicancias de la crianza. Que se entienda que la lactancia es difícil, que los bebés se enferman, que las personas que nos ayudan en casa para nosotras poder trabajar enfrentan también sus propios desafíos. Que desde nuestros entornos laborales se abra el espacio para promover la corresponsabilidad en la crianza. Que, a pesar del inmenso espacio mental y de tiempo que ocupan los hijos en nuestras vidas, podamos sentir que el mundo profesional todavía es nuestro.

Fuerza para todas las madres de bebés por aquí. Un abrazo para cada una de ellas. ■



NIUBIZ

RECONFIGURACIÓN EN PROCESO

Hoy, el otrora líder indiscutible del mercado de medios de pago ve cada vez más amenazado su negocio, mientras un tortuoso gobierno corporativo le resta margen de maniobra para defenderse. La venta de su negocio masivo, Vendemás, sería la primera válvula de escape.



POR MARISOL ALVARADO B.

Niubiz, el otrora rey del mercado de pagos en el Perú, se enfrenta a un escenario cada vez más complejo para defender su negocio. La transformación suscitada por la apertura de la multiadquirencia —que los POS acepten diferentes tipos de tarjeta, independientemente de la empresa a la que pertenezcan—, el boom de las billeteras digitales y un engorroso gobierno corporativo, con representantes de los dueños de sus actuales competidores sentados en la mesa del directorio, han desencadenado un derrumbe progresivo del dominio de mercado de la compañía.

Hoy, Niubiz asegura tener una participación de 53% en operaciones con tarjeta presente, mientras su principal competidor, Izipay, afirma poseer el 50% del mercado. Más allá de las contradicciones numéricas, lo cierto es que las cifras actuales de la empresa que durante sus tiempos de mayor bonanza operó con el nombre de VisaNet distan mucho del 80% de *market share* que supo tener hace apenas cinco años. Y las alternativas con las que buscaría revertir la desafiante situación empezarían a involucrar la venta de unidades de negocio.

Conflicto interno

Niubiz no perdió su posición dominante de la noche a la mañana. La transformación del mercado se inició en 2018, cuando VisaNet y Procesos de Medios de Pago — hoy Izipay — comenzaron a desarrollar los POS multimarca. Un par de años después, bancos que ya formaban parte del directorio de Niubiz, como Interbank, BBVA y BCP, se meterían de lleno en el negocio de la adquirencia. “Es parte de la maduración del mercado. En cualquier país de la región, el mercado se ha desarrollado con

la entrada de nuevos adquirentes. Muchas veces estos adquirentes son bancarios”, explica Diego Conroy, quien fuera CEO de la empresa, durante su transición de VisaNet a Niubiz.

Sólo en los últimos cinco años, Interbank profundizó su apuesta por Izipay, al hacerse del 100% de sus acciones. BBVA trajo al mercado local a Openpay y Credicorp se sumó a la competencia con la compra de Culqi y la aceleración exponencial del avance de Yape —y, ahora, Yape POS— en comercios. Todos estos grupos bancarios, sin embargo, permanecen hasta hoy en el accionariado y directorio de su ahora competidor, Niubiz. “Es una particularidad de nuestro ecosistema, por lo que nos aseguramos de contar con estrictas políticas de buen gobierno corporativo. Nuestro deber es asegurar que nuestros accionistas, que también han querido participar de este negocio, vean en Niubiz un socio que puede ayudar a lograr esos objetivos. Trabajamos con ellos para ver qué figura se adapta más a esta nueva realidad”, señala el actual CEO de Niubiz, Gustavo Leño, en diálogo con SEMANA económica.

Bajo el nuevo escenario de competencia, la vigente presencia de los bancos representa un importante hándicap para la compañía. “Cualquier estrategia, plan y resultados que Niubiz tenía lo sabía perfectamente la competencia”, reconoce a esta revista un exdirectivo de Niubiz que prefirió mantener su nombre en reserva, al pesar sobre él acuerdos de confidencialidad suscritos con la empresa.



Según pudo conocer SEMANAeconómica, Niubiz ya habría ofrecido la venta de VendeMás a algunos de los bancos que hoy forman parte de su directorio

Ingresos anuales de Niubiz

En millones de S/



Fuente: DIME de Ipsos

A este complejo panorama interno se sumaría el factor externo del descenso en las comisiones por transacción, en gran medida impulsado por el boom de las billeteras digitales. La digitalización desencadenada tras la crisis del Covid-19 forzó a muchos comercios a apostar por el uso de estas — que no cobran comisión, a diferencia de un POS —, mientras otros negocios migraron a adquirentes que ofrecían comisiones más bajas. Niubiz, en cambio, decidió mantener inicialmente su estrategia y sus precios.

De acuerdo con cifras del DIME de Ipsos, los ingresos de Niubiz pasaron de S/509 millones en el 2022 a S/432 millones en el 2023; una caída del 15%. Leño, por su parte, afirma que la compañía cerró el 2023 con S/464 millones de ingresos. Al cierre de esta edición, Niubiz no compartió el dato

comparativo del 2022. "Para 2024 proyectamos un crecimiento significativo, con ingresos estimados de S/577 millones", anticipa el CEO de la compañía.

Caminos de salida

Las presiones internas y externas habrían obligado a Niubiz a buscar alternativas para mitigar el deterioro en el corto plazo. Y la primera válvula de escape que activaría la empresa es la venta de su unidad de negocio dirigida a pequeños comercios, VendeMás. Según pudo conocer en exclusiva SEMANAeconómica, a través de diversas fuentes involucradas en las conversaciones, Niubiz ya habría ofrecido a diversos jugadores del mercado este negocio; entre ellos, a algunos de los bancos que hoy forman parte de su directorio. "Quieren salir de ese segmento, porque no es rentable", asegura una de estas fuentes. Consultado al respecto, el actual CEO de Niubiz se limitó a decir que "como en todo negocio, todos los aspectos, áreas y unidades de una compañía siempre están en evaluación".

A mediano y largo plazo, otra posible ruta para Niubiz sería fortalecer su negocio de procesamiento de pagos —el mismo que le permite interoperar a Yape y Plin— y reducir la predominancia de la adquirencia en el balance general del negocio. Actualmente, la unidad de procesamiento de Niubiz concentra el 85% de las transacciones realizadas con billeteras digitales en el Perú. Y, según Leño, la compañía cerrará el 2024 con alrededor de 800 millones de transacciones procesadas. "Los adquirentes tienen que buscar otras soluciones de valor, todas por el lado tecnológico. Todas están buscando operar soluciones tecnológicas para volver más masivos los pagos digitales. Niubiz es un buen ejemplo", apunta Ijubica Vodanovic, socia fundadora de Vodanovic Legal.

De acuerdo con su CEO, Niubiz se concentrará ahora en una "estrategia enfocada en crear soluciones de valor agregado para distintos giros de negocio". El desafío no es menor. Con cada vez más jugadores amenazando su decreciente participación de mercado, Niubiz enfrenta el reto de mantener su posición, porque ganar participación suena, por ahora, a una tarea cuesta arriba. ■

SISTEMA DE PENSIONES

EL DÍA DESPUÉS
DE LA REFORMA

El debate en torno al sistema de pensiones está lejos de acabar en el Congreso. Cuatro iniciativas buscan retroceder en la reforma previsional promulgada hace apenas unos días. Y algunos actores del sistema buscarán cubrir sus vacíos desde el reglamento.



POR JUNIOR MIANI Y JONATHAN TERRANOVA

Asólo dos semanas de promulgarse la tan discutida ley de reforma del sistema previsional peruano, en el Congreso de la República empiezan a cocinarse algunas modificaciones relevantes que podrían ver la luz pronto. La aprobación de la reforma tuvo un bajo respaldo político en las dos votaciones realizadas por el Pleno —49 votos a favor en la primera y 38 en la segunda—, lo que ha motivado que en los últimos días ingresen al trámite legislativo de la Comisión de Economía una serie de propuestas que apuntan a reabrir, en tiempo récord, el debate en torno al sistema.

El retorno del populismo

El pasado 25 de septiembre, el congresista de Podemos Perú, José Luna Gálvez, presentó dos iniciativas legislativas cuyo objetivo es volver a incorporar disposiciones que las AFP insistieron en eliminar en el marco de la reforma. La primera busca restituir el derecho de los afiliados a retirar hasta el 95.5% de los fondos acumulados en sus cuentas al momento del retiro. Y es que la reforma recientemente promulgada estableció que los menores de 40 años y los nuevos afiliados ya no tendrán esa potestad. La segunda iniciativa de Luna Gálvez propone que la edad de jubilación anticipada se reduzca de 55 a 50 años.

Que la propuesta provenga de Podemos Perú es

relevante de cara al futuro debate en la comisión. Para aprobar un dictamen en esa instancia se requieren, aproximadamente, 15 votos, aunque la cifra puede ser inferior dependiendo del quórum disponible. Por ejemplo, el dictamen de la ley de reforma fue aprobado con 14 votos a favor, con un quórum de 21 legisladores. Las bancadas de izquierda y la de Podemos Perú pueden asegurar nueve votos y, sobre eso, buscar más adhesiones. “Vamos a seguir votando en el mismo sentido. Si no podemos derogar la ley, buscaremos modificarla en esos extremos abusivos”, asegura a esta revista Flavio Cruz, portavoz de Perú Libre. El legislador perulibrista también presentó recientemente un proyecto de ley que busca reducir la edad de jubilación de 65 a 60 años.

En la otra orilla, Fuerza Popular y Alianza Para el Progreso (APP) votaron en bloque a favor de la reforma, tanto en la comisión como en el Pleno. Rosangella Barbarán, congresista fujimorista y promotora de esa ley, advierte que esta “se discutió por mucho tiempo” y lamenta que la bancada de Podemos “no hiciera ningún aporte” durante el desarrollo del debate. Si los fujimoristas y los apepistas

se mantienen en contra de cualquier posible modificación, tendrían siete votos para bloquear las nuevas iniciativas.

Bajo el escenario descrito, las bancadas de Acción Popular y Somos Perú, con cuatro y dos votos respectivamente, decidirían el futuro de los proyectos en la comisión. Ninguna de las dos votó en bloque por la reforma y estarían abiertas a los cambios. Ilich López, presidente de la Comisión de Economía y legislador de Acción Popular, confirmó a SEMANA Económica que está a favor del retiro del 95.5% (SE 1931), mientras que Héctor Valer, portavoz de Somos Perú, asegura que aún no han revisado a detalle las propuestas.

Ajuste de clavijas

Los cambios, sin embargo, no sólo vendrían de la Plaza Bolívar. Algunos actores del sistema financiero interesados en convertirse en nuevos jugadores del manejo de fondos previsionales plantearían modificaciones a la ley de reforma. Uno de ellos es incluir un mecanismo de *matching contribution*, que sería plasmado en un proyecto próximamente presentado en la Comisión de Economía, según anticipa Jorge Solís, presidente de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito. "Lo trabajamos con el congresista Jorge Montoya y esperamos presentarlo en dos semanas, a través del congresista Ilich López", cuenta Solís.

Si bien la reforma aprobada ya prevé incentivos de ahorro de ese tipo, hoy se trata de un mecanismo facultativo para el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). El objetivo de implementar el *matching contribution* es que las cajas tengan mayor certeza sobre la escala de pensiones que podrían captar. Actualmente tienen dudas sobre esta, debido a que los trabajadores informales, público *corr* de las microfinancieras, tienen menor tendencia a participar en el sistema previsional. "Vemos críticamente la ley, pero sigue siendo una oportunidad. En los próximos cinco años esperamos manejar pensiones en el orden de S/15,000 millones", afirma Solís. Esta revista buscó al congresista Montoya

"Si no podemos derogar la ley, por lo menos vamos a buscar modificarla"

para el presente informe, pero no obtuvo respuesta.

Las AFP, por su parte, tienen la mira puesta en el reglamento de la ley de reforma. Consideran que quedó pendiente facultar a la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) para que pueda introducir cambios en el sistema previsional pasando por alto el trámite legislativo del Congreso. Pero advierten que es un espacio de mejora que debe abordarse recién en la reglamentación. "No vemos ningún acercamiento para alguna modificación [de la ley]. El reglamento es la oportunidad de hacer llegar nuestras recomendaciones por ahora", apunta Giovanna Prialé, presidenta de la Asociación de AFP.

El principal interés de los potenciales nuevos jugadores del sistema previsional es que el reglamento promueva la competencia. Y el diseño del mismo le compete al MEF, que requerirá la participación de la SBS, la Sunat, la ONP, las AFP y las empresas financieras.

Uno de los puntos cruciales, además de resguardar el equilibrio fiscal, será el uso de AFPnet, el sistema recaudador único, de acuerdo con Prialé y Eduardo Morón, presidente de la Asociación Peruana de Empresas de Seguros (Apeseg). A pesar de que la ley de reforma busca incentivar la competencia, existe preocupación sobre cómo se regularán los cargos a pagar por el uso de AFPnet. Sobre todo, considerando que, además de potenciales nuevos jugadores, existen nuevas fuentes de contribución. Entre ellas están la pensión por consumo y la entrada de afiliados independientes. "Si este [costo] es alto, simplemente no sería rentable competir. Esto va a aparecer en el reglamento y es lo más importante para la competencia", remarca Morón.

Aún queda un largo camino hasta la publicación del reglamento, en junio del 2025. Ahí habrá más claridad sobre el panorama fiscal de la reforma, cómo se financiará y su sostenibilidad. Macroconsult estima un costo anual de 0.3%, en promedio, a largo plazo, mientras que el Consejo Fiscal proyecta un 1.1%. En cualquier caso, ello supondría un esfuerzo por el lado de los ingresos o una reducción del gasto, si el objetivo es cumplir con las metas de déficit fiscal. ■

Sumamos más voces al mejor análisis



Economía y finanzas

Gonzalo Camargo

Gerente general de Bci Perú



Deals

Guillermo Ferrero

Socio de Philippi, Prietocarrizosa,
Ferrero, DU & Uria



Política

Mávila Huertas

Periodista



Desarrollo profesional

Mariana Costa

Cofundadora de Laboratoria+



Inversiones

James Loveday

Head de Credicorp Capital
Asset Management



Competencia

Jesús Espinoza

Exdirector de Investigación
y Promoción de la Libre
Competencia del Indecopi



Talento

Marlene Negreiros

Vicepresidenta corporativa
de Talento y Cultura del
Grupo UNACEM



Talento

Ximena Cuadros

Gerente de la División de Estrategia
de Personas de Mibanco



Mercado de Valores

Daniel Guzmán

Gerente general de Credicorp
Capital SAB



Talento

Renzo Rossi

Consultor y experto en
estrategia de personas

Transición Energética

- PROYECTOS RENOVABLES Los nuevos jugadores que se avecinan
- FINANCIAMIENTO El creciente apetito de inversión
- TRANSICIÓN VEHICULAR Los números de la electrificación



Una cambio de país

La transición de matrices energéticas sigue acelerando en el Perú. Cada vez más actores, jugadores e industrias se suman a una transformación que, hoy, empieza a plasmarse en eficiencias.



DESCARBONIZACIÓN EN MARCHA

LAS EMPRESAS SUBEN LA APUESTA

Diversos sectores económicos del país profundizan sus planes de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero e incluso evalúan ajustar sus metas al alza. Para ello, apuestan por cambios en su matriz energética que, además, generen eficiencias.

POR ALESSANDRA SAAVEDRA U.

El compromiso asumido por el Estado Peruano para reducir en 30% las emisiones de gas de efecto invernadero al 2030 está incentivando a empresas de diferentes sectores económicos a profundizar los planes de transformación de sus matrices energéticas. Hoy, estas no sólo buscan cumplir las metas trazadas localmente y desde sus matrices globales; también aspiran a reducir costos operativos y a ser más competitivas.

Los planes de descarbonización a nivel local son cada vez más firmes y profundos. "Del 2023 al 2024, las iniciativas se han duplicado y la inversión creció más de 50%", resalta la directora de planeamiento estratégico y presidenta del comité de sustentabilidad de Claro Perú, Elisa Munares.

En muchos casos, la apuesta principal es la transformación hacia el uso de energías renovables, como la eólica, la solar o la hidroeléctrica. Esa es la ruta que han tomado empresas de sectores tan diversos como Alicorp, Claro, Siderperú, Grupo Bimbo o Buenaventura. "Ahora usamos el

70% de energías renovables y lo queremos subir a 80%", adelanta el jefe de Sostenibilidad Ambiental y Recursos Hídricos de la minera, Ángel Espinar.

Alicorp, por su parte, ya ha desarrollado dos proyectos de paneles solares: uno en Arequipa y otro en Piura. "El de Arequipa genera 17% de la demanda anual energética que tenemos allá, mientras que el de Piura, 23%. Nos ayuda a evitar unas 225 TM de CO₂ al año", cuenta el gerente corporativo de desarrollo sostenible de la empresa, Ian Nightingale.

ESTRATEGIAS VERDES

Para las empresas que no cuentan con plantas de generación, el camino pasa por pedir certificados 'verdes' a las generadoras eléctricas. La demanda de estos papeles está creciendo de manera sostenida, como señala Marco Fragale, CEO de Orygen (ver "Desde mineras hasta empresas de consumo... en la p. 20). Pero las empresas pueden hacer bastante más en su búsqueda por la eficiencia energética.

Cementos Pacasmayo, por →



ejemplo, está experimentando con biocombustibles para la operación de sus plantas. "Estamos usando cascarilla de arroz en nuestro secado y este año empezamos a hacer pruebas con aceites residuales y residuos sólidos, como llantas", detalla su gerenta de sostenibilidad, Claudia Bustamante.

Las empresas locales también están trabajando en la optimización del consumo energético. En el caso de Siderperú, esto podría llevarlos a reducir sus emisiones en 40%, de acuerdo con su jefe de Energía, Croy Montoro. De momento, el ejecutivo asegura que con medidas como eliminar las fugas de agua y aire comprimido, la empresa ha logrado reducir su consumo de energía en 5%.

RESULTADOS ALENTADORES

Con todas estas iniciativas, las empresas siguen avanzando en la reducción de sus emisiones de CO₂. "El año pasado logramos reducir 600.000 toneladas de emisiones de carbono", dice Bustamante, de Pacasmayo. Esto pone a las compañías cada vez



DEL 2023 AL 2024, LAS INICIATIVAS DE DESCARBONIZACIÓN SE HAN DUPLICADO Y LA INVERSIÓN CRECIÓ MÁS DE 50%

más cerca de las metas trazadas por sus matrices hacia el 2030. "La meta que el corporativo puso es reducir el 52% de nuestras emisiones. Cada país debe reducir ese porcentaje", revela Munares, de Claro.

Los resultados en algunos casos fueron tan buenos que las empresas ya están considerando ajustar las metas al alza. "Hay conversaciones a la interna sobre hacer metas más ambiciosas. Más que el 20% que nos planteamos inicialmente", cuenta Nighthingale, de Alicorp.

La reducción del CO₂, sin embargo, no es el único indicador que hoy evalúan las compañías. Se está comenzando a medir

la rentabilidad que genera la transición energética. Y, en ese rubro, resalta el ahorro en los costos de la energía, ya que las renovables son más competitivas que el diésel, el carbón y el gas. "Con los contratos de energía renovable, nuestra tarifa eléctrica se redujo un 5.5%", estima Montoro, de Siderperú.

Las renovables ofrecen, además, mayor estabilidad en los precios para las empresas. Así, ya no se ven expuestas a los incrementos en el precio spot de la electricidad, ocasionados, por ejemplo, por épocas de sequías. Esto sucedió en 2023, cuando los precios se dispararon de US\$22/MWh a \$/600/MWh, generando una serie de rupturas unilaterales de contratos (SE 1887). "Puedes independizarte de estos factores externos y congelar tu tarifa. En nuestro caso, podemos tener una congelación tarifaria del 20%, que da una ventaja económica", sostiene el manager regional de Sostenibilidad de Grupo Bimbo, Ariel Haro.

El compromiso peruano, como parte de los acuerdos de París, es llegar a la carbono neutralidad en el 2050. Para las empresas, ese sería el siguiente paso. "Se está trabajando con la Asociación de Productores de Cemento (Asocem) la hoja de ruta. Nos alinearemos", anticipa Bustamante. Las fuentes consultadas para este informe coinciden en señalar que para alcanzar ese objetivo aún hacen falta más avances tecnológicos. ■



FINANCIAMIENTO

LA ENERGÍA DE LA BANCA

La oferta de alternativas de financiamiento para proyectos de cambio de matriz energética es cada vez más diversificada y atractiva. La banca local y los inversionistas de fuera buscarán seguir explotando su potencial.

POR MARCO ALVA P.

El financiamiento de proyectos destinados a la transición energética gana tracción en el país. El interés de las empresas, que va en aumento, está siendo acompañado por un creciente apetito de la banca y de inversionistas cada vez más ávidos por convertirse en catalizadores de esa transformación, tanto dentro como fuera del país.

Los bancos locales se han embarcado en la tarea de ampliar su oferta de productos financieros orientados a impulsar los cambios de matriz energética y avanzar hacia las renovables. "Hay un importante potencial de negocio en los financiamientos destinados a inversiones de estas tecnologías", reconoce Nekane Martínez, responsable de Sostenibilidad de BBVA en el Perú.

A nivel global, los fondos de inversión no se quedan atrás. Estos también ven atractivo el mercado de descarbonización. Y, hoy, las condiciones para el financiamiento de inversiones sostenibles — como es el cambio de matriz energética — se muestran más favorables que los créditos estándares, con tasas de intereses más bajas y mayores plazos, como recuerda Kiomi Osorio, experta en Banking y Finance y socia de Cuatrecasas.

APETITO BANCARIO

Las compañías peruanas interesadas en cambiar su matriz energética normalmente acceden, en un primer momento, a financiamiento bancario, con plazos de entre cinco y siete años. Más adelante, conforme los riesgos de los proyectos se van aclarando, pueden salir al mercado de capitales y conseguir allí plazos más largos, de entre 15 y 20 años, según Francine Lima, head de Corporate Banking de Citi Perú. En esta fase también participan bancos extranjeros e incluso se puede buscar financiamiento de entidades multilaterales.

Si bien el fondeo bancario que se destina a los créditos para transición energética no es distinto al tradicional, los bancos — como parte de sus propias políticas ESG — tienen incentivos para contar con estos proyectos dentro de sus portafolios. "Tenemos bastante apetito por estos financiamientos", confirma Lima, del Citi.

El Grupo BBVA, por ejemplo, ha ampliado este año su oferta de negocio sostenible con la creación de una unidad global de financiación especializada en la innovación en tecnologías limpias o *cleantech*. Y el BCP, en lo que va del 2024, ha colocado más de US\$700 millones en cré-

ditos verdes, que incluyen financiamiento de proyectos de energía renovable no convencional (eólica y fotovoltaica). "Los financiamientos se evalúan y estructuran caso a caso, buscando el calce entre las necesidades de las compañías y las políticas del banco", detalla Fiorella Rosell, gerente ESG de Banca Mayorista de BCP.

Los mercados de financiamiento para la transición energética ahora lucen más ordenados y estructurados. Como consecuencia de ello, los bancos ahora son más estrictos en la verificación y en asegurarse de que los proyectos que están financiando sean realmente sostenibles.

MARGEN DE CRECIMIENTO

Los beneficios de invertir en cambios de matriz energética van más allá de la mera reputación. Y es que una política de sostenibilidad ambiental permite, además, atraer inversionistas y clientes sensibles a esta temática, evitar sanciones, adaptarse a regulaciones internacionales y acceder a financiamiento en condiciones más competitivas. "Creemos que la transición es necesaria para garantizar la competitividad de nuestras industrias y sectores clave", remar-



BCP HA COLOCADO US\$700 MILLONES EN CRÉDITOS VERDES EN LO QUE VA DEL 2024

ca Martínez.

En cuanto a sectores, las compañías de petróleo y gas, generación eléctrica, transporte marítimo y por carreteras, siderúrgicas e inmobiliarias son las que presentan los mayores retos de descarbonización, según BBVA y BCP. Todas ellas son industrias

intensivas en uso de combustibles fósiles.

Las operaciones de financiamiento de cambio de matriz energética en el Perú, sin embargo, por ahora se han centrado principalmente en proyectos de energías renovables del sector eléctrico. Ahí hay todavía mucho espacio para crecer. "La eólica y la solar sólo representan un 5% de la matriz energética del país", advierte Martínez. En ese sentido, los bancos siguen viendo un gran potencial hacia los próximos años. "Cada vez más instituciones establecen metas claras respecto a este tema y requerirán invertir para poder alcanzarlas", finaliza Rosell. ■



MARCO FRAGALE, CEO DE ORYGEN

SEMWAeconómica

“DESDE MINERAS HASTA EMPRESAS DE CONSUMO [PIDEN QUE SU ENERGÍA SEA SOSTENIBLE]”

El ejecutivo de la generadora –hasta hace poco conocida como Enel Generación Perú– advierte una “explosión de demanda de certificados verdes” en el mercado. Y afirma que las renovables ya pueden competir en el país sin incentivos regulatorios.

POR ALESSANDRA SAAVEDRA U.

Este año inició la operación comercial de Clemesi –planta solar ubicada en Moquegua– y de Wayra Extensión –parque eólico ubicado en Nasca–. ¿Qué otros proyectos renovables de Orygen están próximos a iniciar construcción?

Estamos intentando cerrar la aprobación de otros dos proyectos *ready to build* y estamos licitando los diferentes componentes de las plantas, como paneles y turbinas. Uno de ellos incluso podría ser una planta híbrida; es decir, tener una planta solar y una eólica en el mismo sitio para generar economías de escala. La idea es iniciar la construcción en 2025.

Por otro lado, tenemos un pipeline de 12,000 MWh diversificados

en Ica, Arequipa, Moquegua, Lambayeque, Cajamarca, Piura y La Libertad. De esos, unos 5,000 MWh están en *late stage*. Todos estos proyectos, sumados a las plantas que ya tenemos construidas, nos dan la posibilidad de entregar a nuestros clientes certificados verdes locales o internacionales.

¿Cuánto ha crecido la demanda de estos certificados?

La explosión de demanda de certificados verdes es impresionante. Empezamos el 2019 con dos certificados. En el 2020, fueron cinco y, en el 2021, ocho. En el 2022, 14; en el 2023, 15; y este año tenemos 21 hasta la fecha. Antes los clientes sólo pedían energía confiable y competitiva. Ahora, también piden que sea sosteni-

BCP HA COLOCADO CASI US\$1,000 MILLONES EN CRÉDITOS VERDES

Los sectores en los que se concentran estos créditos son agricultura, pesca, energía, desarrollo inmobiliario, entre otros. La demanda de créditos de este tipo ha ido creciendo en línea con el avance de la sostenibilidad empresarial.

Nuestro país enfrenta retos ambientales importantes, como una mayor vulnerabilidad ante desastres naturales (como inundaciones y sequías), estrés hídrico, contaminación urbana, pérdida de biodiversidad, entre otros. Todos estos impactan con mayor fuerza a aquellos peruanos con menos recursos y, por ende, con menor capacidad para recuperarse. Por ello, para hablar de un desarrollo sostenible e inclusivo en el Perú, es importante poner atención en aspectos ambientales.

Como parte de su estrategia de sostenibilidad, el BCP ha apostado por el impulso de las finanzas sostenibles como herramienta para acompañar los planes que potencien el impacto socioambiental de sus clientes.

En lo que va de 2024, la entidad bancaria ha colocado casi US\$1,000 millones en financiamiento verde para inversiones que impulsen mejores prácticas ambientales, manteniendo como premisa el concepto de transición justa —que apunta a buscar el cumplimiento de objetivos, como los del Acuerdo de París, sin impactar negativamente a las poblaciones más vulnerables—. En el caso del BCP, la categoría “verde” se otorga cuando dichas inversiones calzan con los criterios de elegibilidad establecidos en la Taxonomía Ambiental BCP, los mismos que se alinean a los principales estándares a nivel internacional. A la fecha, los principales sectores que han accedido a este tipo de créditos han sido agricultura, pesca, energía e inmobiliario. Asimismo, se observa mayor demanda de este tipo de créditos e interés por parte de otros sectores en un entorno en el que la sostenibilidad empresarial se va desarrollando de manera más acelerada.

Fiorella Roselli, gerente ESG de Banca Mayorista del BCP, explica que es clave el acompañamiento de la banca a este tipo de iniciativas, no sólo desde el rol financiero sino también en la extensión



Los créditos verdes son los destinados a financiar actividades o proyectos con impacto ambiental positivo

de capacidades técnicas. Sobre esa base, BCP ha financiado proyectos de energía renovable no convencional, administración sostenible del agua y circularidad, pero también ha ofrecido espacios de capacitación a sus clientes, como el evento Impacto Sostenible 2024 realizado en junio de este año. “Creemos que el acompañamiento, tanto financiero como técnico, de estas iniciativas es esencial no sólo para el planeta, sino también para el desarrollo socioeconómico del país”, indicó Roselli.

La ejecutiva también detalló que, entre los beneficios que generan las inversiones sostenibles para las empresas, está la posibilidad de potenciar la competitividad de los negocios, reducir costos en el corto, mediano y largo plazo, gestionar riesgos financieros y no financieros de la organización, y fomentar un mejor relacionamiento de las empresas y sus stakeholders, principalmente. “En el

BCP nos enorgullece ser aliados estratégicos para el desarrollo de negocios ambientalmente responsables que contribuyan a la construcción de un futuro más sostenible”, agregó.

MÁS ALLÁ DE LOS CRÉDITOS VERDES

Si bien los créditos verdes que impulsa el BCP se encuentran entre los instrumentos de financiamiento sostenible más tradicionales, el banco trabaja activamente en el desarrollo de otros instrumentos de financiamiento que permitan

acompañar a sus clientes en la implementación de sus planes de transición hacia mejores prácticas socioambientales.

En ese camino, el BCP también otorgó recientemente su primer Préstamo Vinculado a la Sostenibilidad (Sustainability-Linked Loan, SLL) a Buenaventura, por un monto de US\$100 millones. Este financiamiento, que se dio bajo el formato de línea comprometida de crédito revolving (RCF, por sus siglas en inglés), está diseñado para incentivar el cumplimiento de objetivos ambientales y sociales que mantiene la empresa minera como parte de su estrategia de sostenibilidad. En este tipo de productos, las condiciones financieras están vinculadas al cumplimiento de metas de desempeño en aspectos ambientales y sociales.

Del mismo modo, ha participado de préstamos sociales orientados a la construcción de infraestructura básica (carreteras) que permitan una mejor conectividad y acceso para la población.

La meta del BCP es constituirse como un aliado estratégico de sus clientes para enfrentar los nuevos desafíos empresariales que van más allá de la generación de rentabilidad, y de esta forma contribuir con el desarrollo sostenible e inclusivo de Perú. El desarrollo del portafolio de financiamiento sostenible va en esa dirección. ■



NO VEO UNA DICOTOMÍA ENTRE ENERGÍA RENOVABLE Y GAS. PUEDEN AVANZAR JUNTAS

ble. Lo piden todas las industrias, desde mineras hasta empresas de consumo. Ese es el gran cambio. Mientras antes las renovables necesitaban de un marco regulatorio *ad hoc* [para impulsirlas], ahora no es tan importante, porque ya es competitiva y puede entrar en el mercado sin incentivos.

Pero, aun así, se buscan impulsar varios proyectos de ley en el Congreso que promuevan su uso. Proyectos que están suscitando discrepancias entre generadores de gas y desarrolladores renovables. ¿El uso de energías renovables hará que se deje de lado el gas?

No veo una dicotomía entre energía renovable y gas. Son tecnologías que pueden avanzar juntas. Cuanta más penetración haya de energías renovables, se va a necesitar una potencia y energía firme que ayude a respaldar el sistema. Se va a necesitar un mercado de servicios complementarios que dé respaldo al sistema. Ahí entra el gas, las "hidros", las baterías, etc.

¿Qué falta para aumentar la penetración de energías renovables en el país?

Aparte de un mercado de servicios complementarios, se necesita que el plan de transmisión también acompañe el crecimiento. Esto porque la penetración de renovables se dará en el norte y sur del país, pero el gran consumo está en el centro. Hasta ahí tiene que



llegar la energía.

Por otro lado, se necesita tener una permisología más rápida y, sobre todo, flexible. Porque la tecnología renovable avanza muchísimo.

Se habla mucho del hidrógeno verde. ¿Existe potencial en el Perú para desarrollarlo?

Absolutamente. El hidrógeno verde no es más que una forma de energía transportable, que se puede obtener a través de plantas eólicas y solares. Es importante porque se puede usar para electrificar indirectamente las industrias que no se pueden electrificar directamente, como el transporte marítimo. Además, puedes transportarlo a distintos mercados.

¿No es una tecnología todavía muy costosa?

Ahora, sí. Los costos actuales de hidrógeno verde no son competitivos con el hidrógeno, por eso no hay muchos proyectos. Todavía no es una tecnología competitiva, como tampoco lo eran las energías renovables hace 15 años atrás. Pero es una de esas tecnologías donde los costos tienen potencial de bajar, una vez que haya economías de escala.

¿Orygen apunta a tener proyectos para producir hidrógeno verde en el futuro?

Estamos muy atentos al mercado, porque es una de estas tecnologías que — con el marco normativo correcto y los actores correctos que empiecen a desarrollar proyectos — tiene potencial para desarrollarse. Sobre todo, porque es una tecnología necesaria para llegar al *net zero emissions*, ya que va a permitir descarbonizar sectores que todavía no se han descarbonizado, porque no lo pueden hacer con energía eléctrica. No está en nuestros planes de corto plazo; pero, en el mediano plazo, veremos qué pasa para poder participar.

El 2023 firmaron un contrato de suministro de energía con Grenergy. ¿Buscarán más contratos de este tipo?

Siempre buscamos diversificar nuestro portafolio, ya sea invirtiendo en nuestros proyectos o con un PPA [*power purchase agreement*] de energía de la competencia.

¿Cuántas emisiones de carbono ha logrado reducir Orygen?

Dejamos de producir un millón de toneladas de CO₂ al año con todos los proyectos renovables que hemos desarrollado. ■



VICTORINOX

VICTORINOX: ¿CUÁLES SON LAS INNOVACIONES EN LA LÍNEA DE RELOJES DE LA COMPAÑÍA SUIZA?

Karl Kieliger, director general de Victorinox Latam, comenta sobre las novedades del relanzamiento y la propuesta de valor en el décimo aniversario de I.N.O.X.

¿En qué se caracteriza la renovada colección de I.N.O.X.?

El cambio más significativo se encuentra en el tamaño: el nuevo I.N.O.X. Automatic cuenta con una caja de 41 mm (la anterior tenía 43 mm); esto, para el público masculino, ofrece un ajuste más cómodo y se alinea con las tendencias de hoy. La versión femenina I.N.O.X. Small, ahora se presenta en una caja de 32 mm (la anterior tenía 37 mm), lo que refleja nuestra visión de una mayor elegancia y facilidad de uso.

Además, hemos mejorado la robustez del reloj con una resistencia al impacto excepcional para los movimientos automáticos, lo cual refuerza nuestra mirada de resistencia. La versión Small ahora cuenta con protección antimagnética, lo que consolida aún más su confiabilidad en todas las condiciones.

Hemos ampliado el uso del carbono en nuestros modelos automáticos, ofreciendo novedades junto con una navaja suiza exclusiva para estos últimos e introdujimos una opción de brazalete para los modelos de mujer por primera vez. Además, mantenemos nuestra conocida garantía internacional de 5 años.

¿Qué es lo que hace diferente a Victorinox en la industria en la actualidad?

La navaja suiza ha inspirado todas nuestras categorías de productos, y nuestros relojes se inspiran directamente en ella y se combinan con nuestros 140 años de experiencia en acero. Desde el lanzamiento de la primera colección I.N.O.X. en 2014, invertimos mucho para asegurarnos de crear algo que pueda reflejar el ADN único de la marca.

Con el compromiso de fusionar nuestro conocimiento en la fabricación de acero con las tradiciones de los relojes suizos, construimos un Centro de Competencia en Relojería justo en el corazón de la región productora de relojes de Suiza para asegurarnos de desarrollar nuestras propias competencias y permanecer fieles a nuestras raíces suizas. En Delémont diseñamos, desarrollamos, fabricamos, ensamblamos y probamos nuestros relojes.



Karl Kieliger,
director general
de Victorinox
Latam

En 2024 se cumplirá el décimo aniversario del lanzamiento de la colección I.N.O.X. original, motivo por el que se ha lanzado una edición limitada especial con el nuevo diseño para conmemorar este importante aniversario

¿Qué tipo de certificaciones mantiene Victorinox en su línea de producción?

En Victorinox mejoramos los procesos ISO con pruebas más exigentes de lo que requerido por la industria relojera suiza, para garantizar la resistencia en el mundo real tanto para los relojes automáticos como para los de movimiento de cuarzo. Por ejemplo, mientras que el estándar de resistencia a los golpes requiere una prueba de caída desde un metro, en Victorinox tenemos en cuenta escenarios prácticos, como ponerse el reloj a mayor altura y que se caiga,

realizando pruebas de caída desde dos metros.

Además, aumentamos el peso de la prueba de impacto del péndulo de los tres kilos estándar a seis kilos, lo que refuerza la durabilidad de los relojes durante actividades como jugar al tenis o al golf. Estos procedimientos de prueba más estrictos influyen en el proceso de diseño desde el principio, lo que garantiza que cada reloj sea resistente al impacto y esté equipado con una protección mejorada contra rayones. Este compromiso con la durabilidad superior se refleja aún más en la garantía de más de cinco años que ofrecemos, lo que subraya nuestra dedicación a la creación de relojes duraderos y confiables que resistan el paso del tiempo.

¿Esta colección presenta algún producto exclusivo?

Por otro lado, en 2024 se cumplirá el décimo aniversario del lanzamiento de la colección I.N.O.X. original, motivo por el que se ha lanzado una edición limitada especial con el nuevo diseño para conmemorar este importante aniversario para la categoría de relojes Victorinox. Se entregará con una navaja suiza Spartan exclusiva en color rojo mate con funciones en negro mate. Solo se fabricaron 1.000 piezas en todo el mundo. ■



ENERGÍAS RENOVABLES

LOS NUEVOS JUGADORES DE UN MERCADO EN ALZA

La aceleración del mercado de proyectos renovables atrae a cada vez más jugadores. Hoy, empresas y fondos globales y regionales ya evalúan su ingreso al Perú. Y el interés alcanza incluso a nuevas fuentes de energía.

POR CLAUDIA GUTIÉRREZ C.

La producción de energías renovables sigue prolongando su senda de crecimiento en el Perú. Entre el 2022 y el 2023, el país registró un aumento de 20% en los niveles de producción de este tipo de energía. Y esta ya representa el 8% del total de la matriz energética local, muy por encima del 3% registrado en 2016.

El crecimiento obedece, principalmente, a un cambio en el modelo de negocio. Si antes el canal principal para comercializar la energía renovable era mediante las subastas RER — procesos de licitación organizados por el Estado, en los que se adjudicaban contratos de compra a largo plazo—,

ahora la energía llega a los clientes finales a través de contratos entre desarrolladores y generadores. Al ver que las empresas requieren fuentes de energía renovable, estos últimos optan ahora por ingresar proyectos RER a su cartera de la mano de los desarrolladores. "A través de contratos, los generadores son dueños de esta energía y la comercializan", cuenta el asociado senior del estudio Miranda & Amado, Pedro Antonio Morales.

NUEVOS EN LA PLAZA

La última subasta RER se dio en 2016. Tras el cambio en las reglas juego, el sector de energías renovables viene incrementando de forma sostenida su actividad.

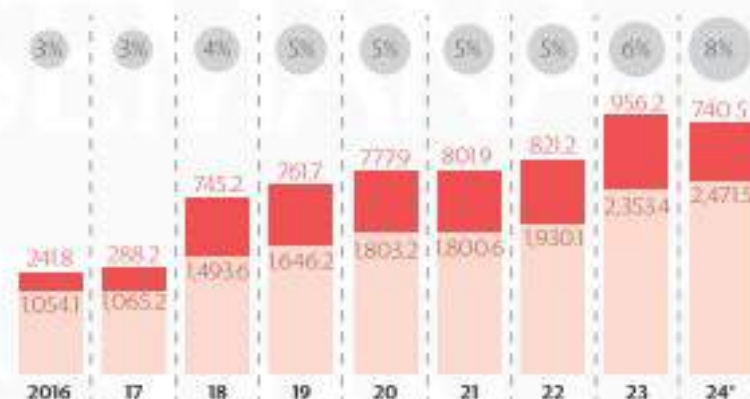
A inicios de este año, Grenergy vendió un activo eólico en Cajamarca a Engie y un activo solar en Arequipa a Yinson Renewables. Por su parte, Zelestra —antes conocida como Solarpack— está construyendo en Arequipa una planta solar de 300 MW, cuya energía total está contratada a largo plazo por Kalpa Generación.

A esta actividad se ha sumado la irrupción de nuevos jugadores, como la colombiana Celsia, que adquirió un proyecto eólico en Arequipa en 2023, y la francesa Total Energies, que ha mostrado voluntad para desarrollar proyectos renovables dirigidos al segmento B2B. Todo ello mientras las compañías ya posicionadas en el mercado, como Ignis, continúan acelerando su avance. Esta última,



Evolución de la producción energética renovable En GWh

Eólica Solar Peso en la matriz energética



* Entre enero y agosto

Fuente: COES

por ejemplo, desarrollará seis proyectos por más de US\$1,000 millones entre 2025 y 2028.

LOS QUE SE ACERCAN

Con el nuevo panorama descrito, más desarrolladores de proyectos de energías renovables buscarían ingresar al mercado peruano en el corto y mediano plazo. "Los nodos energéticos están en el norte, con proyectos eólicos, y en el sur, con solares. Hay mucho interés en ingresar; no sólo de generadoras, sino también 'epcistas', que son los que se encargan de la construcción", afirma la *Squad Team Leader* del Segmento Solar para la *Business Unit Andina* de Indeco by Nexans, Marlene Mauny.

Entre los que evalúan aterrizar en el Perú están Matrix Renewables, con respaldo del gestor de fondos americano TPG; Fistera Energy, propiedad de la firma de capital privado The Blackstone Group; y Essentia Energía, subsidiaria del fondo brasileño Patria Investments. "La mayoría son vehículos creados por fondos para crecer en el segmento renovable", explica Javier Matos, director de Nexta Consultoría.

El creciente interés alcanza in-

cluso otras fuentes de energía, como el hidrógeno verde. Este ya cuenta con marco legal y ahora requiere de energía renovable para su producción, como remarca el socio de CMS Grau, Néstor Shimabukuro. En dicho mercado se está posicionando Verano Energy. "Es una de las inversiones en hidrógeno verde más grandes de Latinoamérica, con US\$12,000 millones", comenta la asociada principal del estudio Philippi, Prietocarrizosa, Ferrero Du & Uría, Ángela García. Recientemente, Grenergy adquirió el 50% de este proyecto.

Otros actores que podrían ganar más protagonismo son las empresas proveedoras. Entre ellas destaca Vestas, la constructora de turbinas eólicas más grande del mundo, que ha participado en proyectos como el parque eólico Cupisnique (La Libertad) y el de Talara (Piura). La firma cuenta con un área de negocios enfocada en el desarrollo de proyectos, que ya está activa en Brasil y Argentina. "Para el Perú vemos una demanda de proyectos eólicos que estén cerca al *ready to build*, con una propuesta de solución integral. A futuro, sería interesante explorar la opción del desarrollo



HAY MUCHO INTERÉS EN INGRESAR; NO SÓLO DE GENERADORAS, SINO TAMBIÉN DE QUIENES CONSTRUYEN LOS PROYECTOS

inhouse o a través de alianzas estratégicas", reconoce la *country head* de Vestas en Perú, Pierina Scavino.

Otra fórmula que ganaría atractivo es que los mismos desarrolladores actúen como operadores de los proyectos. En esto destaca la española Acciona Energía, que en abril inició la operación comercial de su primer parque eólico en Perú y ha obtenido la concesión definitiva del Ministerio de Energía y Minas (Minem) para desarrollar actividades de generación eléctrica en un proyecto solar en Arequipa.

De cara a lo que viene, el principal desafío para seguir afianzando este crecimiento de la energía renovable será el desarrollo de servicios complementarios. Una de las principales soluciones para la intermitencia de fuentes renovables son las baterías, que permiten almacenar energía para su uso posterior. Pero, por ahora, la ejecución de sistemas de almacenamiento de energía con baterías (BESS) en el Perú se da sólo por parte de iniciativas privadas, como en el caso de Engie y Minera Poderosa. "Es importante empezar a desarrollar regulación para que se dé en condiciones de competencia", enfatiza la gerente general de la Asociación Peruana de Energías Renovables, Raquel Carrero. ■



TRANSICIÓN VEHICULAR

LOS NÚMEROS DE LA ELECTRIFICACIÓN

La oferta de los fabricantes acelera cada vez más hacia una electrificación que, en algunos casos, será total. Pero la falta de infraestructura y los todavía altos precios aún le impiden al Perú alcanzar a sus pares regionales en la carrera.

POR ALBA RAUPAS O.

Los principales fabricantes de vehículos con presencia en el Perú tienen claro que el futuro de la industria automotriz es, en gran medida, eléctrico. De acuerdo con cifras de la Autoridad de Transporte Urbano para Lima y Callao (ATU), hoy el 58% de la contaminación del aire en la capital es causada por el parque automotor. Y, si bien los vehículos electrificados aún son minoría, las compañías amplían cada vez más dicha oferta, como parte de su propia transición.

Hasta agosto de 2024 se vendieron en el Perú 4,388 vehículos de esta clase, de acuerdo con datos de la Asociación Automotriz del Perú (AAP). Respecto al mismo período de 2023, se trata de un incremento de 58%. "Cada vez hay una mayor disponibilidad y variedad de estos vehículos. A la fecha, tenemos cerca de 70 marcas y 150 modelos", sostiene el gerente de Estudios Económicos de la AAP, Alberto Morisaki, sobre un cambio que, sin embargo, todavía tiene una serie de obstáculos por vencer.

COMBUSTIÓN A LA BAJA

Hoy, marcas como Volvo han decidido acelerar a fondo con la transición. El fabricante sueco ya dejó de vender autos con motor de combustión interna convencional. "La idea es empezar el próximo año con una oferta ex-

clusivamente de autos híbridos enchufables y 100% eléctricos", detalla su gerente comercial, Alejandro Ruiz de Somocurcio. Como resultado de esa transición energética, desde el 2018 Volvo redujo en 33% su huella de carbono.

Otras marcas, como General Motors (GM), avanzan a un ritmo distinto, pero con el mismo horizonte: una oferta electrificada. El próximo año, GM lanzará su primer auto de la marca Chevrolet 100% eléctrico en el Perú. "Esto como parte de la visión general de la compañía, de cero emisiones, y en línea con un portafolio 100% electrificado al 2030", afirma Marco Kohatsu, gerente general de GM en el Perú.

En medio de ese proceso, uno de los drivers que más está empujando el carro de la electromovilidad es el creciente interés de las empresas por incorporar autos híbridos y 100% eléctricos en sus flotas corporativas (SE1925), como parte de sus estrategias ESG. Esto no sólo le está permitiendo a grandes jugadores de diversas industrias reducir sus emisiones de CO₂, sino también costos de combustible y mantenimiento, según explica el especialista en movilidad eléctrica de ABB en Perú, Jhony Guerrero.

Luz del Sur es uno de los grandes jugadores que ha apostado por este camino. Tras la renovación de su flota, la compa-



ENGIE, ENTRE LAS "EMPRESAS QUE TRANSFORMAN"

Recibimos el reconocimiento "Empresas que Transforman 2024", una iniciativa de IPAE Acción Empresarial, Grupo RPP, AFMDP y USAID, por nuestro compromiso con la transición energética en el Perú en respuesta al cambio climático.

Centrales Eólicas Duna y Huambos
Cajamarca

Escanea aquí
para ingresar
a nuestra web



Síguenos en:



engie-energia.pe

→ Viene de la pág. 28

ña evitó el consumo de 20.704 galones de combustible, redujo 139 toneladas de CO₂ y ahorró S/226,000 en combustible. “El año pasado iniciamos con 20 unidades 100% eléctricas. Hoy, ya tenemos 98. Y, en los próximos dos años, vamos a completar el 100% de la flota, de aproximadamente 500 vehículos”, cuenta su jefa de Relaciones Públicas, Lorena Trelles.

LOS PUNTOS PENDIENTES

Aunque cada vez más actores se sumen a esta carrera, lo cierto es que el Perú aún se encuentra rezagado frente a sus pares regionales.

Hoy, en el país la venta de este segmento sólo representa el 3.9% del total de vehículos livianos, según la AAP. Esto está bastante por debajo de lo que se aprecia en otros países de la región. En Colombia y Ecuador —países que cuentan con exoneraciones tributarias para este tipo de vehículos—, las ventas de electrificados ligeros ya representan cerca del 30% y 15% de las ventas totales, respectivamente.

En el país, la ausencia de una adecuada infraestructura de carga es una de las principales limitantes a la masificación de la electromovilidad. A la fecha, apenas existen cerca de 50 electrolineras, frente a las 340 estaciones de servicio de GNV o los más de 5,000 grifos de gasolina que existen en todo el país.

Ante esta falta de infraestructura estatal, distintos actores privados de la industria han decidido impulsar la expansión de las electrolineras, principalmen-

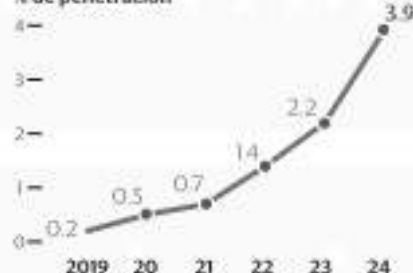
Vehículos electrificados en el Perú

A agosto de cada año

Unidades vendidas



% de penetración*



*Participación de los vehículos electrificados en la venta total de vehículos

Fuente: AAP



ES PROBABLE QUE HAYA UNA CONTRACCIÓN [POR VENDER SÓLO VEHÍCULOS ELECTRIFICADOS]. PERO ES PARA ABRIR EL CAMINO HACIA LA ELECTROMOVILIDAD

te en Lima. “Hasta el momento nuestra electrolinera ha tenido muy buena aceptación por parte de nuestros clientes, realizando entre 100 y 120 recargas mensuales”, cuenta Gisella Bellido, gerente de Red de Estaciones de Repsol, empresa que inauguró su primera estación de carga en junio de este año, en San Isidro, con una inversión de S/300,000.

Si bien los precios de compra de los automóviles electrificados aún constituyen una barrera a su masificación, las compañías

automotrices están adaptando cada vez más la oferta. Por ejemplo, el modelo X30 de Volvo, lanzado en mayo de este año, tiene un costo de US\$40,000. “Este valor ha roto bastante el paradigma del mercado de que el eléctrico es caro. Incluso, es más barato que el modelo a combustión. Como marca, lo más probable es que vayamos a tener una pequeña contracción [por vender sólo vehículos electrificados]. Pero es una propuesta para abrir el camino hacia la electromovilidad”, dice Ruiz de Somocurcio.

En el Perú, actualmente existen más de 20 iniciativas legislativas en el Congreso que buscan promover la electromovilidad a través de diversos incentivos. Algunas de ellas son la exoneración temporal del IGV y del impuesto al patrimonio vehicular. Hasta el momento, ninguna de estas iniciativas ha prosperado. “La legislatura pasada fue lo más lejos que llegamos. Se llegó a un dictamen de la Comisión de Economía y otro de la Comisión de Transportes, pero no llegaron al Pleno. Esperamos que esta nueva legislatura retome esos dictámenes”, finaliza Morisaki, de la AAP.

La información de calidad es costosa.
Porque cada decisión cuenta.



En **SEMANAeconómica**
invertimos mucho tiempo
y recursos en generar
contenido valioso y confiable,
porque **sabemos que la
información de calidad
puede marcar la diferencia**
entre el éxito y el fracaso
en los negocios.

SEMANAeconómica

Información de calidad para decisiones importantes

Suscripciones: mbringas@se.pe





MARTÍN MEJÍA, DIRECTOR GENERAL DE CALÍDDA

“ESPERAMOS QUE [LA AMPLIACIÓN DE LA CONCESIÓN] SE APRUEBE EN EL 1S25”

El líder de la distribuidora de gas natural de Lima y Callao anticipa que la luz verde a la adenda que le permitiría llegar a siete nuevas regiones será clave para su plan quinquenal de inversiones. Cree, además, que poner la transición sólo en manos de las energías solares y eólicas “generará problemas”.

POR JUNIOR MIAMI

Este año Calídda aprobó un plan de US\$100 millones para continuar la masificación del gas natural en Lima y Callao. ¿Cuántos kilómetros alcanzarán?

Este año, aproximadamente, estamos haciendo 950 km de redes. Ya van como 700 km de redes construidas y alrededor de 500 km están habilitadas. Esperamos culminar en los últimos meses del año.

¿Este año Calídda cerraría con alrededor de 18,000 km de redes?

Superaríamos los 18,000 km. Nos faltarían alrededor de 3,000 km para terminar de cubrir toda nuestra zona de concesión. Esto es en zonas socioeconómicas A-B, otros 300 km en zonas de nivel socioeconómico C-D-E y, luego, hacia el sur, en la zona de Cañete.

A Calídda le quedan ocho años de concesión. ¿Cuándo podrán alcanzar esos 21,000 km de redes dentro de Lima y Callao?

Nosotros estamos en la parte final de nuestro contrato. Hoy, lo que estamos buscando es extender el plazo de la concesión para poder seguir haciendo inversiones. Estamos trabajando un proyecto con el Estado para ver el tema de la masificación del gas en el sur

del país. Presentamos un proyecto para tener una extensión de 10 años de la concesión, pero no solamente queremos abarcar Lima y Callao, sino también el sur.

¿Sólo se contemplan los planes de culminar los 21,000 km, en caso se amplíe el plazo de concesión?

En junio del 2025 tenemos que presentar nuestro plan quinquenal de inversiones. Ahí tenemos que analizar qué inversiones consideramos. Estamos definiendo las zonas, analizando y haciendo una visita de campo a esas zonas. Tenemos 300 km en una zona C-D [de Lima Metropolitana], donde incluso hay problemas de habitación urbana. Estamos trabajando ahí y en la zona del norte chico.

Entonces, ¿para definir inversiones necesitarán tener predictibilidad sobre la ampliación de la concesión, además de sobre si se les otorga la masificación en el sur?

Serían 18 años de concesión, en caso se apruebe. La cláusula 4 del contrato dice que puede haber hasta tres extensiones, por 10 años cada una. Nuestro proyecto en el sur abarca lo que había en el proyecto de la masificación del gas de siete regiones, pero noso-

tros proponemos 200.000 conexiones. El proyecto, con las observaciones recibidas del gobierno y los documentos sustentatorios, ya fue entregado en julio pasado.

Tomando en cuenta esas observaciones, ¿la inversión del proyecto seguirá siendo de US\$500 millones?

El proyecto está pensado en US\$500 millones. Es un estimado inicial y, seguramente, conforme vayamos avanzando se podrán hacer más inversiones. Hoy se necesita una adenda [al contrato de concesión] que nos permita construir, operar y mantener esa zona. Y eso se remunera a través

de la tarifa.

¿Qué falta para que se apruebe la adenda al contrato?

El proyecto pasa por las normas de Asociación Público-Privada. Debe pasar por el Ministerio de Energía y Minas y por el Ministerio de Economía y Finanzas. Esperamos que se apruebe en el primer semestre del 2023.

En 2023, Cálidda obtuvo un financiamiento de US\$150 millones de la CAF. ¿Cómo va la ejecución de ese monto?

La CAF nos da rigor en muchas de las cosas que hacemos y analiza el cumplimiento de obligaciones



UNA TRANSICIÓN QUE SÓLO DEPENDA DE [ENERGÍAS] SOLARES Y EÓLICAS PUEDE GENERAR PROBLEMAS A FUTURO

ambientales y sociales. Tenemos más de US\$800 millones de deuda y también buena calificación de riesgo, lo que nos permite recibir financiamiento.

¿Van a buscar nuevos financiamientos de ese nivel?

Este año hemos tenido un nuevo financiamiento del Scotiabank, de US\$90 millones. Y el próximo año pediremos un nuevo financiamiento, si sale el proyecto.

¿Como empresa, en cuánto redujo Cálidda sus emisiones de CO₂?

Hemos reducido ya más de 80 millones de toneladas de CO₂ equivalentes, por el cambio de vehículos diésel a gas natural.

¿Se deben seguir desarrollando proyectos de generación térmica para impedir que se incrementen los costos de la energía?

Creo que es necesario y urgente. Si hacemos una transición energética en la que sólo dependamos de las [energías] solares y eólicas, eso puede generar problemas a futuro. No solamente se debe tener energías renovables [no convencionales], sino también se debe incentivar la generación térmica natural para poder paliar, a futuro, los problemas climáticos. ■



Cálidda

Sectores y Empresas

STARTUPS

La nueva ola del *venture capital*

Tras el inicio de los recortes de tasas de la Fed, los fondos internacionales de *venture capital* se preparan para elevar su apetito en plazas como el Perú.

La reciente flexibilización de la política monetaria de EE.UU. apunta a dar inicio a una ola de mayor apetito por activos de riesgo del ecosistema de startups. Hacia el 2025, los fondos de *venture capital* ampliarían su interés e inversiones en los mercados de Latinoamérica. Y el Perú no será ajeno a la tendencia.

La decisión de la Fed de reducir 50 puntos básicos en septiembre marca el inicio de un ciclo de recorte de tasas, como recuerda el gerente de Estrategia de Inversiones de Scotia Wealth Management, Mario Guerrero. Tras la reducción, las tasas se ubican hoy en el rango de 4.75%-5%. Mientras Scotiabank prevé un descenso hasta 3.5% a finales del 2025, el economista jefe de BBVA Research, Hugo Perea, advierte que estas podrían llegar incluso a 3% el próximo año.

Dicho menor costo de financiamiento estimulará la toma de riesgo. Y, a la vez, alentará a que se canalice más capital como el de los fondos de *venture capital* a regiones emergentes, en búsqueda de retornos más atractivos frente a activos tradicionales. Los fondos internacionales son particularmente relevantes para el ecosistema peruano, ya que han sido la principal fuente de financiamiento en los últimos dos años, de acuerdo con cifras de la Asociación Peruana de Capital Semilla y Emprendedor (Pecap). "Sin duda es positivo, pero no será inmediato", advierte el *partner* y cofundador

Monto total financiado en startups peruanas (en millones de US\$)



"El ánimo se está concretando con rondas presemilla de US\$300,000 a US\$500,000"

de Salkantay Ventures, Martín Aspillaga.

La anticipación del mercado al recorte de los tipos de interés ya había evidenciado un mayor apetito del *venture capital* por invertir en Perú. "Desde el 1523 se estaba generando expectativa y eso impactó el optimismo de los inversionistas a asumir más riesgo. Ese ánimo se está concretando con el cierre de rondas presemilla de US\$300,000 a US\$500,000", cuenta el *venture partner* de Alaya Capital, Luis Narro.

En el 2025, el interés por invertir en startups sería aun mayor, alentado por una disminución de tasas más progresiva. Frente a esas decisiones de inversión, la sostenibilidad financiera de las startups seguirá siendo un factor determinante. Por ello, las *fintechs* —cuyo 48% de financiamiento provino de fuentes internacionales en el 2023, de acuerdo con Pecap— serían las primeras ganadoras, según el *senior partner* de Porto Legal, José Miguel Porto.

Los fondos institucionales —cuya tesis de inversión no apunta a la rentabilidad histórica—, por su parte, empezarían a interesarse en nuevas tendencias. Entre ellas estarían las *climate tech*, de acuerdo con el CEO de Qapu Ventures, Augusto Cáceres. "En términos generales, la mira seguirá puesta en la tecnología; sobre todo, en la inteligencia artificial", concluye el VP de Globant X & Globant Ventures, Joaquín Morixe. (CGC)



SEMANAeconómica

ESPECIAL

APEC 2024

Las **oportunidades de negocio** y los **desafíos** que abre la **nueva edición del foro multilateral** para aprovechar todo el potencial del intercambio económico con la región Asia-Pacífico.

Contacto comercial: publicidad@se.pe



Cierre de publicidad:
30 de octubre

Fecha de publicación:
3 de noviembre



DEALS

SE EXTIENDE LA NEGOCIACIÓN

Los plazos de cierre de operaciones de M&A se están extendiendo más de lo esperado en el Perú. Aunque el mercado mantenga su dinamismo (SEI910), esta prolongación de las negociaciones podría generar que no todos los deals previstos para este año logren concretarse.

Desde que se aprobó la ley de control previo de fusiones

calcula el socio de Hernández & Cia, Luis Hernández. Y es que las negociaciones están demandando cada vez mayor minuciosidad y cuidado por parte de los involucrados. "Tenemos transacciones que creíamos que cerrarían este año, pero será imposible. Se tendrán que cerrar en 2025", afirma el socio del Área Corporativa y M&A de Philippi Prietocarrizosa, Ferrero, DU & Uria, Guillermo Ferrero.

Aun con esta mayor demora y posible postergación de algunos deals, el 2024 mantiene

Evolución del mercado peruano de M&A
En número de transacciones

Fuente: TTR

y adquisiciones, el Indecopi ha evaluado 55 solicitudes, según cifras de la agencia estatal. Pero este año su trabajo se ha intensificado. "La mayor relevancia del Indecopi es algo que el mercado subestimó y ha marcado la pauta", sostiene el gerente de estrategia de renta variable de LarraínVial Research, Luis Ramos.

Son varias las adquisiciones que pasaron a segunda fase del Indecopi. Las más sonadas fueron la compra de Sika a Chema y la de PangeaCo por parte de KKR y Entel. Incluso, por primera vez se denegó una transacción: la del Grupo Gloria y Agrícola Del Chira.

Esta mayor complejidad está dilatando, a la vez, los plazos de cierre para las operaciones. "Se podría retrasar de seis meses a un año el cierre de un deal",

perspectivas positivas para el cierre de año. "Definitivamente el número de transacciones se mantiene. Será un buen año", asegura el socio del estudio Garrigues, Sergio Arriel. Prueba de ello es que hasta agosto se realizaron 109 transacciones, de acuerdo con Transactional Track Record (TTR).

Ahora, la relajación de políticas monetarias en el Perú y EE.UU. —que redujeron sus tasas en 250 pbs y 50 pbs, respectivamente— podría incrementar aún más el apetito por deals. "El apetito de riesgo se debería incrementar, tanto a nivel internacional como local. Eso vuelve a los activos más atractivos", explica Ramos. El único riesgo en el horizonte será la incertidumbre política y lo que pueda traer la campaña electoral del 2026. (ASU)

INMOBILIARIO

RIESGO A LA VISTA

Un nuevo riesgo se cierne hoy sobre las empresas inmobiliarias que poseen proyectos de Viviendas de Interés Social (VIS) en distritos de Lima Top. El reciente auto del Tribunal Constitucional (TC) sobre el desarrollo de proyectos de VIS abre la posibilidad de que las municipalidades puedan aplicar retroactivamente la sentencia del TC que le devolvió la competencia para regular los parámetros edificatorios de las VIS en sus distritos.

Esta decisión permitiría que las municipalidades puedan revertir las licencias que los revisores urbanos del Ministerio de

Vivienda otorgaron al amparo del reglamento que regulaba los parámetros edificatorios de proyectos de VIS y que fue derogado por el TC. Y una de las municipalidades que ya se prepara para analizar si declara la nulidad de las licencias otorgadas es la de Miraflores. "La estrategia se va a verificar caso por caso, conforme ha dispuesto el TC. Estamos en el proceso, a raíz del auto emitido por el TC, que ratifica plenamente que la seguridad jurídica no está reñida con el ejercicio de la autoridad. Vamos a revisar, caso por caso, para verificar

qué es lo que ha sucedido en las construcciones", afirma el gerente de asesoría jurídica de la Municipalidad de Miraflores, Lino De La Barrera.

Las comunas podrían declarar la nulidad de oficio o llevar el caso al Poder Judicial (PJ), pero dependerá de la antigüedad de la licencia. Si tiene más de dos años, será vista en el PJ. Si no, la podrían anular directamente los municipios.

"Es clarísimo que podemos declarar [la nulidad de oficio]", asegura De La Barrera. Pero abogados consultados por esta revista contradicen dicha interpretación de la sentencia. Para el socio del estudio Hernández

& Cia, Samuel Abad, la nulidad no podría declararse en el municipio. "Lo que dice el fallo del TC es que la evaluación de cada caso le correspon-

de a los jueces", explica. Esa misma línea de argumentación es la que sigue la Asociación de Empresas Inmobiliarias del Perú (ASEI). "Hay una instancia judicial", remarca su presidente, José Espantoso.

Según ASEI, las inmobiliarias pequeñas que compraron un terreno con un financiamiento y cuyos proyectos fueron paralizados serán las más afectadas. Las desarrolladoras invierten cerca del 30% del presupuesto de su proyecto en comprar el terreno y los trámites de licencia. Detenerlos implicaría afectar esa inversión. (EAA)



Innovamos para llevar soluciones energéticas limpias

que impactan positivamente
a miles de hogares y empresas.

GLP, Gas Natural y
GNL para el transporte
de carga.

Conoce más



Más información:

 www.limagas.com

 Limagas S.A.

 **Limagas**



SERVICIOS

RESGUARDO EMPRESARIAL

Las empresas de servicios de seguridad están observando una mayor demanda a raíz de la creciente ola de criminalidad y delincuencia en el país. Los servicios más solicitados son la instalación de cámaras de seguridad y personal de resguardo.

“Según nuestro último Barómetro de Seguridad, el 76% de los peruanos se sienten inseguros de salir. Es el mismo porcentaje en los negocios, que sienten miedo de abrir sus puertas y de cerrar muy tarde”, indica el gerente de Servicio al Cliente de Versure, Daniel Dondero.

Frente a esta mayor percepción de inseguridad, las empresas de todos los tamaños están reforzando su seguridad, principalmente mediante cámaras



Liderman

de videovigilancia conectadas a un sistema de monitoreo. En el último año, la demanda de cámaras de Versure creció en un 40%. De diciembre del 2023 a hoy, la venta a negocios de su sistema de lanzamiento de humo, ZeroVisión, creció 20%.

Los sectores económicos que más están demandando reforzar la seguridad de sus negocios son las cadenas de retail, farmacias, grifos e, incluso, algunos colegios. Por ejemplo,

recientemente Secutras Perú realizó una instalación de más de 80 cámaras en un centro educativo.

Otro producto cuya demanda está experimentando un crecimiento acelerado es el GPS para el monitoreo de mercancía y control de flotas. “La seguridad no sólo busca proteger lo que ocurre al interior de una

empresa, sino que trasciende sus paredes, con la distribución de sus productos, por ejemplo”, comenta el presidente de Secutras Perú, Pedro Bellatín. En el servicio de GPS, Liderman creció 33% en lo que va del año respecto al 2023.

Finalmente, además de herramientas tecnológicas, está creciendo la necesidad de servicios de resguardo personal, a raíz del aumento de las extorsiones. Sólo en el IS24, la incidencia de secuestros y extorsiones creció en un 50%.

La demanda de guardaespaldas de Liderman ha crecido 15% en sólo 2 meses

revela el INEI. “En los últimos dos meses, tuvimos un incremento en las solicitudes de guardaespaldas. Ha sido el rubro en el que más hemos crecido. Aproximadamente, 15%”, detalla el director de Operaciones de Liderman, Tuvia Balón. (AÑO)

COMERCIO

“El próximo mes entraremos a la categoría de ventiladores”

Kurt Weiss, gerente general de Thomas Elektrogeräte, adelanta que la marca de pequeños electrodomésticos crecerá 15% en 2024, tras un inicio cauteloso. Y anuncia su ingreso a categorías como ventilación, línea blanca y calefacción.



SEMANA Económica

Tras dos años de caídas, la categoría ‘electro’ empezó a recuperarse este 2024 (SE1926). ¿Cómo le va a Thomas?

El 2022 y el 2023 fueron años no tan buenos para el mercado de pequeños electrodomésticos, pero nosotros sí crecimos. Si bien en el 2023 estimábamos crecer 11%, a finales de año el mercado empezó a contraerse más. A pesar de eso, crecimos 4.8%.

¿Qué drivers impulsaron el crecimiento?

Hubo varias variables que jugaron a favor de nosotros. Primero, teníamos bastante mercedería. Había otros jugadores que estaban con quiebres importantes y nosotros, al tener la mercedería, pudimos capitalizar esas ventas. También abrimos nuevos canales

con tiendas especializadas, como la Curacao o Tiendas EFE.

¿Y cómo fue el desempeño este año?

Este año lo vimos con mucha cautela y nos fijamos un crecimiento de 5%. Sin embargo, hoy nuestra predicción es crecer 15%. Esto se debe a que los retailers han decidido no tener un mix grande de marcas propias. Otro hecho importante fue que una marca [Bosch] dejaba el país de manera presencial e iba a estar de manera indirecta. Son noticias que van abriendo espacio para que otros jugadores puedan llenarlo.

Thomas competirá en línea blanca desde el 2025. ¿Qué motivó esta decisión?

En el mercado de pequeños electrodomésticos no hay nada que pueda ser demasiado disruptivo como para generar un cambio importante en el market share. Ya somos el segundo jugador más importante en pequeños electrodomésticos, y apuntamos a seguir ganando participación. Entraremos a competir en categorías afines a las que ya tenemos, como línea blanca. El próximo mes entraremos a la categoría de ventiladores. Y en el 2026 posiblemente ingresemos a calefacción.

¿Cuál es su market share y qué tan lejos están del primer lugar?

Nosotros tenemos un market share del 20% y esperamos llegar a 22% el próximo año. El primero tiene entre 35% y 37%. (AÑO)

"OTORGAMOS MÁS DE 130,000 CRÉDITOS ANUALES POR MÁS DE US\$ 65 MILLONES EN USUARIOS MAYORITARIAMENTE NO BANCARIZADOS"

Cálidda contribuye a la inclusión financiera del país a través de su programa CrediCálidda. Eduardo Senior, subgerente de Financiamiento no Bancario de la empresa, detalla en qué consiste este programa y el impacto que tiene en el mercado.

¿En qué consiste el programa CrediCálidda?

Es un programa de reconocimiento al buen comportamiento de pago de nuestros usuarios de gas natural. Brinda el acceso a un crédito no bancario por un monto máximo de S/5,000 para financiar bienes y servicios que mejoren sus hogares y que es pagado junto con el recibo de gas natural. Este 2024 cumplimos cinco años facilitando una herramienta financiera, no bancaria, a personas que usualmente no tienen acceso a esta ventaja, con una tasa competitiva y que les permite obtener productos de buena calidad de proveedores reconocidos en el mercado.

¿Cuál es el perfil del cliente?

Normalmente, el usuario de CrediCálidda es una ama de casa, de entre 45 y 55 años, de los niveles socioeconómicos C y D. De hecho, más del 90% de familias que han utilizado este mecanismo pertenecen a estos NSE. Además, según los estudios internos realizados, más del 86% de nuestros clientes no han tenido acceso a productos financieros formales en los últimos tres años, lo cual demuestra la relevancia de CrediCálidda al otorgarle un crédito formal con unas condiciones muy competitivas.

¿Cuáles son los productos y categorías más relevantes?

Financiamos múltiples categorías para la mejora del hogar. Dentro de las más relevantes están refrigeradoras, lavadoras, celulares, televisores, cocinas y termas, equipos de tecnología, mobiliarios, materiales de construcción y acabados para la remodelación.



Eduardo Senior,
subgerente de
Financiamiento
no Bancario de
la empresa

¿Han sumado nuevas categorías?

El año pasado sumamos la categoría de motos. Hemos financiado más de 4,400 motos a través de los más de 40 aliados vinculados a esta categoría. Esto refleja la importancia que ha tenido este producto dentro del hogar para la generación de ingresos y ahorros en el transporte.

Además, en 2024 lanzamos la categoría de ropa y calzado. A la fecha, hemos logrado colocar –en una prueba piloto que nos encontramos ejecutando– más de S/2 millones y hemos beneficiado a más de 3,000 clientes.

¿Cuántos clientes han sido beneficiados?

Desde 2019, más de 260,000 familias, y hemos otorgado créditos por más de US\$125 millones. Como dato importante, en CrediCálidda no hacemos entrega del dinero en efectivo, sino que financiamos única y exclusivamente las categorías aprobadas, llegando a obtener utilidades promedio por usuario de US\$500 por transacción. Hoy otorgamos más de 130,000 créditos anuales por más de US\$65 millones en usuarios mayoritariamente no bancarizados. A través del programa de seguros y asistencias, comercializamos más de 40,000 productos anuales vía

productos accesibles y diseñados para nuestro segmento de clientes. Tenemos más de un millón de usuarios potenciales que pueden acceder a una línea de crédito. Se vuelve un reto lograr tener la mayor capilaridad posible para acercar los canales de venta a nuestros clientes para que puedan hacer uso del crédito.

¿Con qué canales de venta cuentan?

Contamos con seis canales de venta: entre ellos, los propios, como el call-center y nuestros seis centros de servicio al cliente. También tenemos canales de venta puerta a puerta, aliados del retail mayorista y/o de grandes formatos y tradicionales canales especializados, como ferreterías y motos, y una tienda virtual que permite recibir el producto adquirido en un plazo máximo de tres días. Por último, hemos lanzado un canal de ventas vía WhatsApp, denominado CrediChat.

“**Tenemos más de un millón de usuarios potenciales que pueden acceder a una línea de crédito**”

¿Cuáles son los planes de digitalización?

Para impulsar nuestros canales digitales, hemos habilitado dos herramientas claves. La primera es CrediChat, un canal de ventas que hemos desarrollado a través de WhatsApp que agiliza la compra y a través de un medio rutinario acerca y promueve el uso del crédito

en nuestros usuarios. La siguiente es la renovación de nuestro e-commerce el cual hemos desarrollado a través de una de las herramientas más reconocidas del sector como VTEX.

Asimismo, hemos actualizado y robustecido la originación del crédito implementando procesos biométricos a través de la validación facial y firma electrónica de los documentos asociados al crédito, lo cual le permite al usuario tener seguridad al momento de la utilización de su línea de crédito aprobada, eliminando el uso del papel en nuestras operaciones. ■

CONSUMO MASIVO

CRECIMIENTO ENÉRGICO

Las bebidas energizantes siguen su tendencia al alza a raíz del desarrollo de nuevos sabores y presentaciones sin azúcar. En el 2023, la categoría registró un crecimiento del 10% y alcanzó los US\$118,7 millones en ventas, de acuerdo con cifras de Euromonitor.

De cara al cierre del 2024, la proyección de Euromonitor es que la categoría podría alcanzar los US\$126,4 millones y crecer 6%. "En el Perú todavía hay espacio para un mayor crecimiento. El consumo per cápita de esta categoría aún es bajo, a diferencia de otros productos de consumo masivo", explica el director de Axer Consultores, Max Vidal.

Para continuar creciendo, las distintas marcas diversificarán las ocasiones de consumo. Para ello, están optando por lanzar versiones con sabores más frutales y sin azúcar. "En el Perú se nota una preferencia por las bebidas y alimentos bajos en azúcares. Dentro de esta categoría, ya tenemos nuestra presentación de Volt sin azúcar", detalla la gerente de Marketing de AJE, Erika Córdova. En el 2023, las bebidas energéticas sin azúcar rindieron mejor en la categoría, con un aumento del 31% en el volumen de ventas.

Asimismo, las bebidas orientadas a deportistas y gamers impulsan el crecimiento de las distintas marcas. "360 Energy Drink Gamer fue desarrollado para satisfacer las necesidades de esta comunidad. El producto logró posicionarse rápidamente como una de nuestras variedades más vendidas", resalta la directora de la Unidad de Alimentos y Marketing en ISM, Vanessa Montero. El lanzamiento permitió que la categoría de bebidas energizantes de ISM crezca 13% en el IS24. (AÑO)



La firma planea emitir \$3 millones en tres años INCIMMET

INDUSTRIA

Foco en Incimmet

Con 31 años en el mercado, el proveedor minero peruano seguirá sumando proyectos a su portafolio. Sus planes este año contemplan ampliar su presencia a cuatro países. Con ello, proyecta superar los S/370 millones de facturación hacia el 2025. (CGC)

OPERACIONES

Incimmet ofrece soluciones integrales para la minería. El 90% de su portafolio está orientado a construcción subterránea. Sus servicios incluyen explotación de minerales, fortificación especializada y relleno de minas. Opera en proyectos en Perú, Colombia y Chile, y tiene actividad comercial –participación en licitaciones– en México y Brasil.

Facturación de Incimmet Perú

En millones de S/



CRECIMIENTO

Incimmet estima que sus ventas en Perú crecerán 28% este año, impulsadas por los nuevos proyectos en cartera. Entre ellos destaca la ampliación de la mina Cerro Lindo, de Nexa Resources, en la que operan desde junio como contratista único. También sumarán a los volúmenes de venta los contratos con las minas Raura y Poderosa, en vigencia desde el 2023. En paralelo, la empresa trabaja con Buenaventura en las unidades mineras Tambomayo, Orcopampa y El Brocal.

Adicionalmente, ha diversificado su oferta tras

inaugurar una nueva unidad de negocio de consultoría de relleno de minas. "Fruto de ello es la adjudicación del contrato en Chile [con Antofagasta Minerals]", cuenta el gerente general de Incimmet, Eduardo Cossio.

Desde el año pasado, Incimmet también incursionó en construcción subterránea en otros sectores, como infraestructura eléctrica y ferroviaria. La maduración de los negocios mencionados le permitirá a la firma facturar entre S/370 millones y S/390 millones en el 2025, un crecimiento aproximado del 15%.

ESTRATEGIA

La empresa busca expandir sus operaciones en la región. A fin de año, sumará Ecuador a su cartera y priorizará concretar proyectos en Brasil y México. Argentina también está en la mira. Por ello, la compañía ingresó este año a la Bolsa de Valores de Lima a través del Mercado Alternativo de Valores, tras su primera emisión de deuda por US\$1 millón. El objetivo de la operación es aumentar su capacidad productiva y el capital de trabajo. "Queremos mostrarnos al mercado latinoamericano como una empresa con instrumentos en bolsa", dice Cossio. El monto total a emitir es de US\$3 millones en tres años.



8º CONGRESO INTERNACIONAL
DE INFRAESTRUCTURA Y
DESARROLLO 2024

23 OCTUBRE

THE WESTIN LIMA HOTEL



El propósito de **CIID** es convocar a los distintos actores del sector —empresas operadoras, reguladores, autoridades, así como inversionistas institucionales y el sector financiero en general— en torno a los temas más relevantes y actuales que influyen en el desarrollo de la infraestructura en el Perú. Esperamos contribuir con esta iniciativa, con la discusión constructiva y el análisis de aquellos temas críticos, de gran importancia para el sector.



IVÁN
DUQUE

EX PRESIDENTE DE COLOMBIA



Expresidente de la República de Colombia (2018 - 2022), político, escritor, filántropo y empresario.

Es un líder visionario y pionero, fue el presidente electo más joven en la historia de Colombia, asumiendo el cargo a la edad de 41 años en 2018.

Reconocido mundialmente en asuntos de seguridad, migración, sostenibilidad, conservación, finanzas verdes y transición energética, ha impulsado constantemente iniciativas de gran impacto.



JUAN
RICARDO
ORTEGA

PRESIDENTE, GRUPO ENERGÍA BOGOTÁ



Des de el 2020 preside el Grupo Energía Bogotá, una multinacional que tiene operaciones de generación, transmisión y distribución de energía eléctrica y transporte y distribución de gas natural en Colombia, Perú, Brasil y Guatemala.

Es graduado de las maestrías en economía, finanzas y matemáticas, y candidato a Doctor en Desarrollo Económico en la Universidad de Yale.

SPONSORS



MEDIA PARTNERS



PARTNERS ESTRATÉGICOS



MÁS INFORMACIÓN: INFORMES@SEMINARIUM.PE • SEMINARIUM.PE

EXCLUSIVO

La primera movida de Caja Los Andes

Esta revista pudo conocer que la caja habría hecho una oferta de compra por Alternativa, la empresa de créditos que poseen la cooperativa Abaco y Diviso.

Las fichas empiezan a moverse en el hoy convulso sector microfinanciero peruano. Y, tal como adelantó SEMANAeconómica (SE1922) hace tres meses, Caja Los Andes ha sido la primera en mostrar su apetito. Según pudo conocer en exclusiva esta revista, a través de distintas fuentes con conocimiento directo de la negociación, la caja rural habría presentado una oferta no vinculante de compra por la empresa de créditos Alternativa, cuya propiedad es mayoritariamente compartida por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Abaco (61.1%) y Diviso Grupo Financiero (32.5%).

Alternativa se dedica a dar préstamos a mypes de regiones del norte y oriente del país. "Tiene una buena calidad de cartera y presencia en el norte, que resulta de mucho valor para Los Andes. Ese es el atractivo", afirma a SEMANAeconómica una de las fuentes involucradas en la transacción. Con esta movida, Caja Los Andes buscaría ampliar su presencia territorial, pues actualmente la mayor parte de sus colocaciones se realizan en la zona sur y centro del Perú. "Se está dando un proceso de consolidación, en el que algunas entidades son adquiridas y otras salen del mercado", explica Eduardo Jiménez, jefe del Sistema de Información de Macroconsult.

Según la información a la que accedió esta revista,

Cartera de préstamos de la Empresa de Créditos Alternativa

En millones de S/



Fuente: SBS



el proceso de *due diligence* ya habría iniciado. De prosperar, el objetivo sería cerrar el *deal* antes de que acabe noviembre, por un monto cercano a los S/50 millones. "Abaco tiene una cláusula de *drag along*, que le permite obligar a Diviso y al resto de accionistas de Alternativa a vender. Y, si bien todo puede pasar hasta que no se cierre, el mandato que tiene Abaco es el de vender", cuenta otra fuente con conocimiento directo del acuerdo entre accionistas. A Diviso la posible venta le caería del cielo, tras la dura caída de su subsidiaria más grande: Financiera Credinka.

El *due diligence* ya habría iniciado. Y buscarán cerrar el *deal* antes de diciembre

Hoy, las adquisiciones y fusiones entre microfinancieras apuntan a ser el camino para obtener una escala suficiente, que les permita diluir los elevados costos fijos y manejar

mejor los riesgos, como apunta el docente de Economía de la Universidad del Pacífico, Enrique Castellanos. A agosto del 2024, la cartera de créditos de Alternativa ascendía a S/215 millones, con una morosidad de 11.2%, según datos de la SBS. Al término de ese mismo mes, su utilidad neta registraba una caída anualizada de 68%. En contraposición, Caja Los Andes, que posee una cartera de préstamos de S/597 millones, fortaleció su capital en los últimos meses.

Ante las preguntas de esta revista, Caja Los Andes dijo escuetamente no poder confirmar ni negar las negociaciones. Abaco, por su parte, evitó hacer comentarios para este informe. (MAP)

“La integración de bolsas es necesaria, pero no suficiente”

Juan Pablo Córdoba, CEO de nuam, afirma que el recientemente anunciado índice bursátil conjunto de Perú, Chile y Colombia es fundamental para lograr la atracción de inversionistas extranjeros. Y anticipa otros ajustes operativos.



¿Por qué es relevante el lanzamiento del índice regional anunciado por nuam, en alianza con MSCI?

El objetivo principal de nuam es construir un único mercado [de valores] que fomente la construcción de liquidez, lo cual atraerá a más participantes del exterior. Es clave tener un índice regional referente [de Chile, Colombia y Perú] para ser reconocidos a nivel global, como un único mercado.

¿Cuál es el siguiente paso en el proceso de integración de las bolsas?

Estamos poniendo en marcha todo el modelo operativo y trabajando los sistemas con los desarrolladores tecnológicos. A mitad del 2025

se inicia el despliegue de plataformas constitutivas país por país. Primero las de negociación y, después, las de post negociación, que incluye a las Cámaras de Contrapartida Central.

¿Qué rol cumplirá la Cámara de Contrapartida Central?

En el Perú será una nueva entidad que gestionará los riesgos de negociar y liquidar operaciones en las monedas de los tres países y en dólares. Es una infraestructura que asegura que las transacciones se cumplan en los términos y plazos previstos.

¿La integración de las bolsas será suficiente para atraer inversión extranjera?

Es una condición necesaria, pero no suficiente. Se necesitan algunos ajustes operativos. Por ejemplo, la integración viene de la mano con un nuevo modelo de formadores de liquidez, que buscará incentivar su actividad. Los creadores de liquidez son vitales para que haya liquidez a toda hora.

¿Nuam buscará atraer al cliente retail?

Nuestra estrategia incluye atraer a las personas naturales y estimular modelos de negocio para captarlos. Centralizar la operación la hará mucho más eficiente para los agentes de intermediación y plataformas de trading. Y eso debería reducir los costos de acceso del [cliente] retail al mercado integrado. (MAP)

THE
COPPER
MARK

Sostenibilidad,
credibilidad y
confianza

Con la certificación internacional The Copper Mark®, reafirmamos nuestro compromiso con una producción minera sustentable, la protección del ambiente y la creación de valor compartido.

#MineríaQueCreceContigo

SouthernPerú

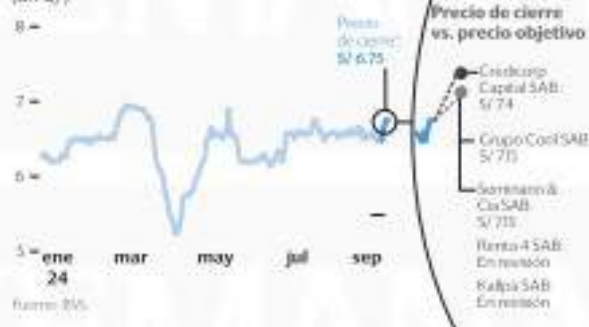


Papeles y Valores Alicorp

El reciente cambio de estrategia, sumado a un entorno favorable para el consumo, abren un camino de optimismo para el valor de la acción de la empresa del Grupo Romero.

Evolución de la acción de Alicorp

(en S/)



Las mejores perspectivas sobre el consumo en el Perú, los buenos resultados corporativos y el impacto de sus recientes giros de timón auguran, hoy, un potencial de apreciación para la acción de Alicorp. En lo que va del 2024, la cotización de la compañía del Grupo Romero se apreció 7.1% y mantiene un potencial de *upside* hacia el cierre de año.

La compañía logró recuperar sus márgenes gracias a la priorización de marcas insignia —con foco en su segmento de consumo masivo en el Perú (30% de sus ventas)— y al descenso del precio de insumos clave, como la soja y el trigo. Si bien las caídas trimestrales en las ventas continuaron, el margen ebitda y el margen neto muestran mejoras que se espera que continúen en el 3T24. “Vemos mejores eficiencias y un potencial *upside*”, dice Brian Huaytalla, *equity trader* en Grupo Coril SAB.

El contexto macroeconó-

mico y el programa de recompra de acciones lanzado por Alicorp también abona a la recuperación. “Apuestan en su misma empresa. Es positivo para la acción”, explica Marco Contreras, *head of Research* de Kallpa SAB.

La menor exposición al riesgo por la venta de su unidad de molinero en Bolivia es otra noticia positiva para los analistas. Y, ahora, esta priorización de su *core business* genera expectativas sobre más desinversiones en su segmento de acuicultura. “La venta de unidades no estratégicas en acuicultura es positiva, porque le permitiría enfocarse en sus fortalezas”, afirma Cesar Huiman, analista senior de *Equity Research* en Renta4 SAB.

Hoy, la acción de Alicorp cotiza por debajo de su valor fundamental para Grupo Coril SAB. Para Kallpa SAB y Renta4 SAB el valor está en revisión, mientras incorporan el impacto de las desinversiones. (JTV)

“La recompra de acciones es positiva para el papel”

AFERRADOS A LOS SWAPS

El Banco Central de Reserva (BCR) seguirá renovando los swaps cambiarios, que hoy se encuentran en un nivel récord, con la finalidad de respaldar al sol ante la posible volatilidad del dólar. Esta última apunta a exacerbarse por las próximas elecciones de EE.UU. y una nueva escalada bélica en medio oriente.

La intervención del BCR obedece a la necesidad de evitar movimientos bruscos del tipo de cambio. Aunque el recorte de tasas de la Fed sig-

internacionales netas pasó de 0.1% a 20%. “Cuando hay saltos, entonces [el BCR] renueva swaps. Eso lleva a que nos mantengamos entre S/3.70 y S/3.80 por unos meses más”, afirma el economista jefe de Credicorp Capital, Daniel Velandia.

Las elecciones del 5 de noviembre en EE.UU. introducen otro factor de volatilidad sobre el precio del dólar. El mercado estima que un posible triunfo de Donald Trump impactaría en el precio debido a sus propuestas proteccionistas, potencialmente inflacionarias y contrarias al ciclo de recortes iniciado por la Fed. “Un triunfo

Evolución Swaps cambiarios venta

En miles de millones de US\$

Saldo: — RIN* (En %)



*Reservas Internacionales Netas

**Datos hasta el 30 de septiembre del 2024

Fuente: BCR

nifique menos presión sobre monedas emergentes como el sol, este efecto sería insuficiente por sí solo. Además, con

los recortes de tasas, la oferta de dólares provenientes del extranjero ha ido en favor de la moneda local, como explica Renzo Massa, *head of Global Markets* de BBVA. “Sin embargo, esto no compensa los vencimientos diarios. Por eso seguimos viendo renovaciones, aunque parciales”, agrega.

El uso de swaps cambiarios de venta —equivalentes a la venta de dólares— se ha convertido en la herramienta preferida del BCR para influir en el tipo de cambio. Tras la pandemia del Covid-19, su proporción respecto a las reservas

“Al BCR no le incomoda renovar los swaps, si es necesario”

de Trump podría llevar a un dólar un poco más fuerte, por las políticas anunciadas”, explica Massa.

Por otro lado, la nueva espiral de violencia entre Israel e Irán contribuye a empujar a los mercados a la cautela y refuerza la demanda de dólares como activo refugio. Ahora, el alza en el precio de los *commodities*, especialmente en el petróleo, lleva a tener más presente la volatilidad cambiaria por la inflación importada. “El *mood* está ahora más enfocado en la Fed, pero al BCR no le incomoda renovar los swaps, si es necesario”, concluye Mario Cuernero, gerente de Estrategia de Inversiones de Scotia Wealth Management Perú. (JTV)



freemontaje

COMUNICACIÓN DIGITAL

Los CEO se acercan a TikTok

De a pocos, los altos ejecutivos del mercado empiezan a explorar la plataforma de moda para conectar sus valores corporativos con los más jóvenes.

La comunicación de los gerentes generales en redes sociales dejó de ser un terreno dominado exclusivamente por LinkedIn, X —antes Twitter— y, en menor medida, Instagram. Algunos de los principales ejecutivos locales han decidido explorar las posibilidades que hoy les brinda la red social de moda, TikTok, para alcanzar a otros públicos. El alcance masivo de esta plataforma los atrae para comunicar la propuesta de valor de sus organizaciones de manera más informal; especialmente, con los jóvenes.

Entre los que están desarrollando un trabajo sostenido en esta plataforma resaltan los CEO de BBVA, Fernando Eguiluz, de Grupo EFE, José Antonio Iturriga, de Casa Andina, Juan Stoessel y del Grupo San Antonio, Rubén Sánchez. Este último, por ejemplo, maneja personalmente su cuenta de TikTok. El ejecutivo decidió publicar contenido allí para explorar la respuesta de un público joven que no necesariamente frecuenta su negocio. "Ha sumado mucho a personas que no conocían San Antonio. Consumidores jóvenes, de entre 18 y 30 años, miran a San Antonio a través

de mis publicaciones, con ojos diferentes", explica Sánchez.

Otros ejecutivos combinan publicaciones sobre su día a día en el trabajo con contenido más personal, como viajes familiares o curiosidades cotidianas. Lo que se procura es que el contenido se ajuste a los intereses del ejecutivo, sin dejar de ser espontáneo. "Algunas redes sociales nos dan la posibilidad de 'descontratar' un poco el mensaje, pero no vas a dejar de ser tú", afirma Rosa Bonilla, especialista en Comunicaciones Corporativas y Gestión de Crisis.

Algunos líderes incluso han optado por ir más allá de la exploración personal y están convirtiendo sus cuentas personales de TikTok en espacios más producidos, dedicados a humanizar la marca corporativa, a través de la figura del líder. Este interés se ve reflejado en la búsqueda de consultoría especializada para elaborar los mensajes. Apoyo Comunicación, por ejemplo, ya ha asesorado a ejecutivos interesados en comunicar los temas de su interés en esta plataforma, de manera que se complemente lo que suelen publicar en otras redes de corte más profesional, como LinkedIn. "Los ayudamos a construir contenidos que estén alineados con su personalidad y cómo los pueden transmitir", cuenta la gerenta general de

Apoyo Comunicación, Milagros Avedaño.

Entre los pioneros destacan los CEO de BBVA, Grupo San Antonio, Casa Andina y Grupo EFE

Las cuentas de TikTok de los líderes empresariales tienen el potencial para convertirse en un canal más de la estrategia de

comunicación digital de las organizaciones. En el Perú, Fernando Eguiluz, CEO de BBVA, es la cara más visible de ello. Sus publicaciones en TikTok buscan mostrar un rostro menos formal de la entidad, acercarla a los jóvenes y potenciar la marca empleadora. "La estrategia responde a los intereses del CEO. Nosotros tenemos una labor de acompañamiento y apoyo", cuenta Nelson Alvarado, gerente de Imagen y Comunicación del banco. (MAB) ■



ESTRATEGIA

INVERSIONES FEMENINAS

Los gestores de patrimonio están adaptando sus servicios para satisfacer las necesidades de las mujeres, cuya presencia como inversionistas viene incrementándose a medida que acceden a puestos de liderazgo en las organizaciones.

“El esposo era el que tomaba las decisiones y, de vez en cuando,

algunas esposas participaban. Eso ha ido cambiando”, cuenta el head de Estrategia y Asesoría de Inversiones de BanBif, Óscar Rodríguez. Ahora, el 48% de los clientes de su área son mujeres.

Hoy, las inversionistas son ejecutivas, propietarias de empresas o integrantes de familias empresarias. Y aunque desean invertir, sus metas de largo plazo, sus prioridades y su nivel de aversión al riesgo pueden ser distintos a los de sus pares varones. En respuesta, los

gestores están adaptando sus servicios. Credicorp Capital, por ejemplo, tiene una estrategia que incluye talleres de orientación y planificación financiera para definir los objetivos de vida que guiarán las inversiones de sus clientes. “Creamos distintos subportafolios que van trabajando en función de estos objetivos”, explica el managing director de Wealth Management de Credicorp Capital, Antonio Risso.

Las inversionistas desean recibir esta información de forma sencilla, sin tecnicismos. “No es que el producto [financiero] cambie, lo que cambia es cómo nos comunicamos con ellas”, subraya Patricia Dibós, head de Asset Management y Global Wealth del BBVA.

Otra prioridad de las inversionistas es la transferencia

del patrimonio a sus descendientes, sobre todo cuando este incluye los activos de una empresa familiar. Los gestores de patrimonio también articulan equipos que las acompañan

en el diseño de ese proceso.

Dichos equipos también están cambiando para garantizar un acompañamiento personalizado. “Estamos incorporando más mujeres para que nuestras clientas se sientan más conectadas y cómodas si tienen alguna preferencia en este sentido”, dice Patricia Martínez, head de Banca Privada de Scotiabank. Actualmente, el 30% de sus asesores de inversión son mujeres. Por su parte, BanBif también busca asesores con trayectoria en áreas comerciales o emprendimientos que entiendan la experiencia de sus clientas. (MAB)

“Cambia la manera de comunicarnos con ellas”

GESTIÓN DEL TALENTO

La nueva aliada de la gestión de personas



Ximena Cuadros,
Gerente de la División de Estrategia de Personas de Mibanco

La Inteligencia Artificial ya está transformando diversos roles de los equipos de gestión de personas. Y apunta a potenciar sus capacidades.

La Inteligencia Artificial (IA) Generativa está transformando cada vez más tareas, procesos y roles en las organizaciones. Una de sus principales ventajas se aprecia en la capacidad de automatizar tareas repetitivas y operativas, permitiendo que las personas se enfoquen en actividades que realmente generen valor. Y, en la gestión de personas, la IA Generativa ha demostrado ser una gran aliada.

Muchas empresas ya utilizan la IA para analizar grandes volúmenes de currículums y encontrar los candidatos que mejor se ajusten a las necesidades de la organización, como parte de los procesos de atracción del talento. Esto está transformando el rol del reclutador, quien ahora pasará a enfocarse más en la estrategia: crear una experiencia para el candidato más personalizada, construir rela-

ciones más sólidas con los postulantes y evaluar aspectos cualitativos, como las habilidades blandas, que la IA no logra captar con precisión.

La IA facilita, además, una mejor descripción de cargos, analizando las competencias y habilidades que se necesitan para cada puesto. Y existen chatbots que, por ejemplo, pueden responder hasta 80% de las consultas recurrentes de los colaboradores, liberando tiempo para que el equipo de gestión de personas se concentre en temas que requieren del juicio humano.

Pero la IA no reemplaza a las personas, las complementa. A través de esta, los equipos pueden dedicar su tiempo a tareas creativas, de análisis profundo o toma de decisiones, en las que la intuición y el criterio humano seguirán siendo insustituibles.

La clave estará en usar la IA de manera responsable, reconociendo su potencial y también comprendiendo sus limitaciones. Porque el futuro del trabajo será, sin duda, un esfuerzo colaborativo entre personas y tecnología. ■

La IA no reemplaza a las personas, las complementa

INSEGURIDAD

Un saludo a la bandera

La ley que busca crear el delito de 'terrorismo urbano' no basta para mitigar la expansión de la criminalidad organizada ni las economías ilegales.

La incorporación del delito de 'terrorismo urbano' al Código Penal, planteada por el Ejecutivo y más de 20 legisladores en el Congreso, sería una política insuficiente para combatir el crimen organizado. La vigencia de normas que favorecen la impunidad y la ausencia de una estrategia integral le restarían eficacia al endurecimiento de las penas.

La noche del jueves 3 de octubre, un dictamen de la Comisión de Justicia que agrupa todas las iniciativas sobre 'terrorismo urbano' fue discutido por el Pleno. El debate, sin embargo, pasó a un cuarto intermedio hasta el miércoles 9. La iniciativa plantea agrupar dentro del nuevo tipo penal a 39 delitos, incluidos el sicariato, el secuestro, la extorsión, la trata de personas, minería ilegal, entre otros.

Según la propuesta, aquella persona que cometa dos o más delitos en un mismo acto recibirá entre 20 y 30 años de prisión. Hoy, por ejemplo, la pena por extorsión oscila entre los 15 y 20 años. Para que sean considerados como 'terrorismo urbano', los delitos deben crear "un estado de zozobra, alarma o temor en la población [...] con la finalidad de obtener ventaja o beneficio económico, prevalencia o hegemonía en la actividad criminal".

La ley tiene doce agravantes que establecen una pena mínima no menor a los 30 años de prisión. Pero incrementar los plazos de las condenas no condu-

ce necesariamente a la reducción de las incidencias delictivas. "Sólo se agrupan los delitos, pero se aplican penas igual de altas que las que se tenía. Los homicidios, sicariato, robo agravado o secuestros extorsivos siguen ocurriendo en el país sin disminución", cuestiona Francisco Valdez, asociado senior del estudio Rebaza, Alcázar & De Las Casas.

El endurecimiento de penas necesitaría, en todo caso, acompañarse por otras medidas que formen parte de una estrategia integral. Por ejemplo Singapur, que en el 2023 ocupó el puesto 6 en el Índice de Paz Global, redujo el crimen no sólo con castigos más severos, sino con un ser-

vicio público mejor pagado, más meritocrático y mayor rotación de funcionarios para evitar casos de corrupción y la implementación de inspecciones policiales sorpresivas.

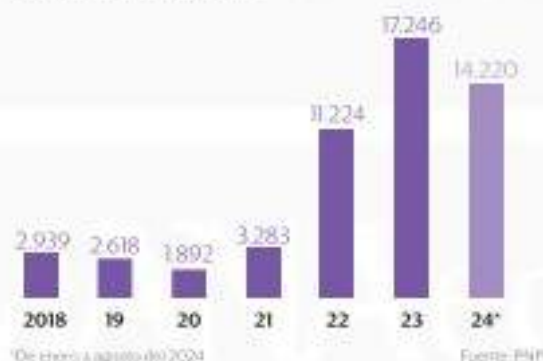
Por más que se apruebe la norma propuesta, este último punto será inviable si el Congreso no deroga la cuestionada Ley 3210, que, entre otras cosas, exige la presencia del abogado del investigado para que se realicen allanamientos, como advierte José Ugaz, socio del estudio Benites, Vargas & Ugaz. El 1 de octubre, la Junta de Portavoces rechazó debatir la derogación de dicha norma.

Así, la sola existencia de una ley que endurezca las penas no cambiará el paradigma actual en el que las bandas se han expandido a lo largo del país. "Se debería impulsar un paquete legislativo que endurezca las penas y aumente las herramientas para los administradores de justicia. Pero no va a suceder en este gobierno", advierte el exministro del Interior, Rubén Vargas. (JM)

"Sólo se agrupan delitos, pero se aplican penas igual de altas que las que se tenía"

Denuncias por extorsión en el Perú

En número de denuncias



UN ESTÍMULO PARA LOS APA

Los contribuyentes tendrán mejores incentivos para firmar Acuerdos Anticipados de Precios de Transferencia (APA). El decreto legislativo N°1662 –publicado a fines de septiembre y vigente desde el 1 de enero del 2025– autoriza que los APA tengan aplicación retroactiva, una característica que no estaba prevista en la legislación peruana hasta hoy.

Los APA son convenios entre la Sunat y las empresas domiciliadas en el Perú que realicen operaciones con sus partes vinculadas desde o hacia el exterior, en países de baja imposición tributaria. Las operaciones incluyen venta de acciones, préstamos de efectivo, transferencia de propiedades, ventas de existencias, prestación de servicios, entre otras.

El decreto permite que los APA puedan aplicarse a operaciones que involucren el pago del Impuesto a la Renta (IR), pero realizadas antes de los acuerdos. Así, un APA firmado en el 2026 puede tener efectos retroactivos sobre transacciones realizadas en los cuatro años previos, siempre que los hechos analizados y el contexto normativo en el que se aprobó el APA sean los mismos.

“Las normas establecían que, una vez celebrados los APA, sólo afectaban a las operaciones futuras. No había incentivos para que la empresa buscara obtener un APA, porque ya se había realizado la operación entre la partes o ya había cambiado la operación. Ha habido intención de celebrar APA en el mercado, pero no se concretó ninguno”, explica Vanessa Watanabe, socia del estudio Payet, Rey, Cauvi, Pérez Abogados.

Así, el ajuste abrirá las puertas a que, desde la creación de la figura de los APA en 1994, los grupos empresariales puedan cerrar acuerdos con la Sunat sobre sus transacciones con sus partes vinculadas, algo que hasta el momento no ocurre en el Perú. “La empresa ahora tendrá certidumbre sobre el valor de la transacción y sobre cómo tributar. Que sea retroactivo evita potenciales contingencias y litigios en años posteriores”, concluye la asociada principal del estudio Philippi Prietocarrizosa Ferrero DU & Uría, Alexa Adriaola. (JM)

¿Y dónde está la presidenta?



Mavila Huertas.
Periodista

Dina Boluarte quiere ejercer el poder, pero sin gobernar, porque esa sola palabra supone responsabilidades a las que ha renunciado.

El último 26 de septiembre ocurrió lo inaudito. Lima era un caos. Cientos de transportistas se sumaban a un paro que buscaba exigir mayor seguridad en las calles. La capital, que ha sido tomada por la extorsión, exigía esa mañana soluciones para evitar más muertes a manos de sicarios, mientras la presidenta de la República estaba desaparecida.

La agenda de Palacio no mostraba actividades oficiales. Cuando lo mínimo que se esperaba era un mensaje a la nación, Dina Boluarte prefirió no dar señales de vida. Como ocurrió durante la crisis provocada por los incendios forestales, fueron los ministros de siempre los que se esforzaron en dar a conocer “las acciones que la presidenta había dispuesto”, subrayando esto último.

Con ceño fruncido, el primer ministro, Gustavo Adriansén, anunció así que se declaraba en emergencia a catorce distritos de Lima y Callao. Junto a él, el ministro de Educación, Morgan

Quero, volvió a ensayar excusas para justificar por qué recién se comunicó la suspensión de clases presenciales cuando la mayoría de los estudiantes ya iba camino a sus escuelas. El paradero de la mandataria seguía siendo un misterio. Y no pasó mucho para que los rumores sobre un nuevo tratamiento estético empezaran a correr, porque es evidente que, si algo ha cambiado desde asumió el cargo, es su perfil.

La presidenta mantiene hasta hoy su negativa para conceder entrevistas, propia de quien sabe que no tendrá respuestas para preguntas difíciles. Pero, sobre todo, de quien no quiere rendir cuentas ni que se las pidan.

La presidenta no termina de entender que es una servidora pública y no una monarca que puede encerrarse en sus aposentos. Que cuando lanza discursos con doble sentido, atacando a la prensa rodeada de niños, y cuando se muestra pedante y esquiva, alimenta su abrumadora desaprobación. Ella quiere ejercer el poder, pero sin gobernar, porque esa sola palabra supone responsabilidades a las que ha renunciado.

El argumento de que la mejor alternativa era mantener a Boluarte en Palacio, tras el fallido golpe de Estado de Pedro Castillo, hace agua. Y los malabares de quienes aún apuestan por sostenerla van a pasarles la factura. O no son conscientes o están tan perdidos como ella el día del paro.



SEMINARIO
GESTIÓN DE LA
REPUTACIÓN

30.10.24
SONESTA HOTEL EL OLIVAR

La reputación es uno de los activos más valiosos para cualquier organización. Este seminario ofrece una visión integral de la gestión reputacional, diseñada específicamente para profesionales que buscan fortalecer y proteger la imagen de su compañía.

En el seminario exploraremos las tendencias actuales que influyen en los riesgos y oportunidades reputacionales que enfrentan las empresas. Además, proporcionaremos herramientas prácticas para implementar una estrategia de comunicación 360° que aborde todos los aspectos de la gestión reputacional.

NUESTROS PROFESORES Y LOS TEMAS QUE TRATARÁN

Policrisis y reputación



**MILAGROS
AVENDAÑO**

Gerente General,
APOYO Comunicación

Gestión sostenible como eje clave de coherencia en la gestión reputacional



DARÍO DÍAZ

Director de Sostenibilidad,
APOYO Comunicación

Comunicación con visión 360 1ra parte



CÉSAR VIEIRA

Director de insights
y Estrategia,
APOYO Comunicación



GIULIANA LUJÁN

Directora de PR y
Comunicación Estratégica,
APOYO Comunicación

Comunicación con visión 360 2da parte



**ESTEFANÍA
CHUMPITAZ**

Directora Digital,
APOYO Comunicación



**LUDWIG
ZARZUELA**

Director Creativo,
APOYO Comunicación



**MARÍA PÍA
BALESTRA**

Directora de Cultura
y Comunicación Interna,
APOYO Comunicación



**MARÍA KATÍA
FILOMENO**

Vicepresidenta de
Innovación y Estrategia,
APOYO Comunicación



**MARCELO
RAMOS**

Director de PR y
Comunicación Estratégica,
APOYO Comunicación

SEMANAeconómica

PERÚ EN EL 2025

LAS CLAVES PARA VOLVER A CRECER

Las prioridades estratégicas
y comerciales de los líderes
del país



PERÚ EN EL 2025 reunirá a los principales tomadores de
decisión de las organizaciones más importantes e
influyentes del país.

CUPOS LIMITADOS

SPONSOR PREMIUM



SPONSOR



ESCUELA
DE POSGRADO
ULIMA

04 Noviembre

The Westin Lima Hotel
& Convention Center

NUESTROS SPEAKERS



**LUIS
OGANÉS**

Managing Director
& Head of Global
Macro Research de
J.P. Morgan



**DIEGO
CAVERO**

CEO del BCP



**JUAN LUIS
KRUGER**

CEO de Minsur



**CINTYA
AÑANOS**

Directora de Industrias
San Miguel - ISM



**ELENA
MAESTRE**

CEO de Telefónica
de Perú



**PEDRO
LERNER**

CEO del Grupo
UNACEM



**ALEX
ZIMMERMANN**

Country Manager de
Falabella Perú



**MARCIO
JULIANO**

Presidente de Backus



**ALBA
SAN MARTÍN**

Directora de Cisco
System para
Latinoamérica



**ROXANA
BARRANTES**

Directora del Banco Central
de Reserva del Perú /
Profesora Principal del Dpto.
de Economía de la PUCP



**ALONSO
SEGURA**

Presidente del
Consejo Fiscal



**DIEGO
MACERA**

Director del Instituto
Peruano de
Economía - IPE /
Director del Banco
Central de Reserva
del Perú



**LUIS MIGUEL
CASTILLA**

Director Ejecutivo de
Videnza Instituto / Ex
ministro de Economía
y Finanzas del Perú

ADQUIERE TU ENTRADA

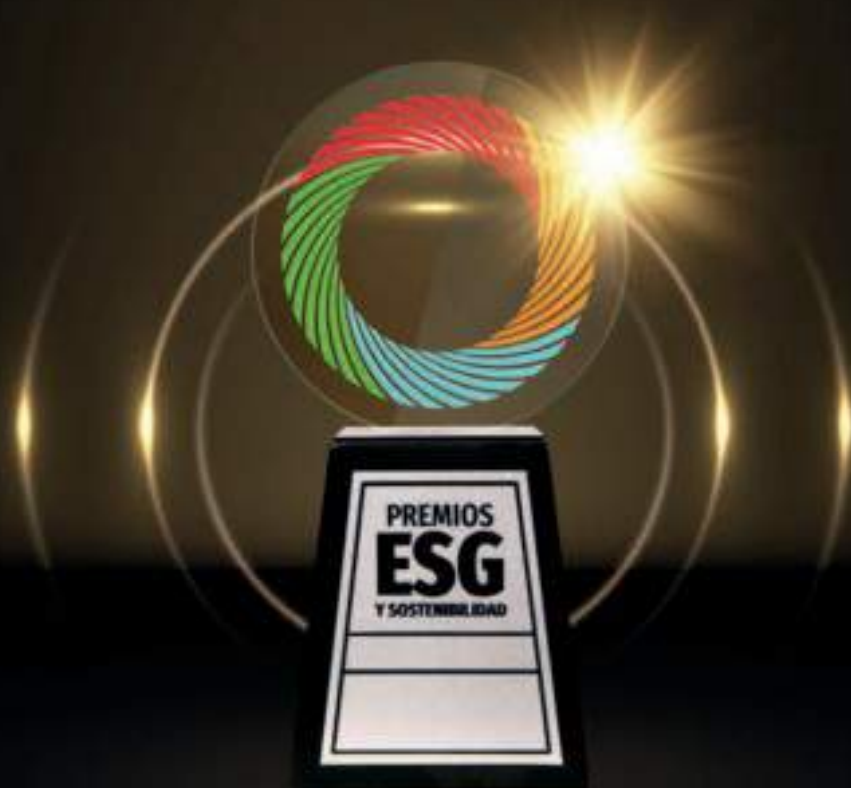
INFORMES@SEMINARIUM.PE • SEMINARIUM.PE

SEMANAeconómica

CONOCE A LOS GANADORES DE LOS III PREMIOS ESG

Miércoles **9** de octubre

ESAN Convention & Sport Center



III PREMIOS ESG Y
SOSTENIBILIDAD

Aliados estratégicos:

